

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**KÜLTÜRLERARASI TURİST TUTUMLARI:
BÜTÜNLEŞİK TEHDİT TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE
BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Gencay SAATCI

Balıkesir, 2016

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**KÜLTÜRLERARASI TURİST TUTUMLARI:
BÜTÜNLEŞİK TEHDİT TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE
BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Gencay SAATCI

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT**

Balıkesir, 2016

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 201212502005 numaralı Gencay SAATCI'nın hazırladığı "Kültürlerarası Turist Tutumları: Bütünleşik Tehdit Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma" konulu DOKTORA tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 31.03.2016 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

İmza.....

Üye: Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

İmza.....

Üye: Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY

İmza.....


Üye: Doç. Dr. Oktay EMİR

İmza.....

Üye: Yrd. Doç. Dr. Nilay KÖLEOĞLU

İmza.....

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

04.12.2016
Enstitü Müdürü
Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN


ÖNSÖZ

Kültürel farklılıklara ve kültürlerarası tutumlara ilişkin günümüze kadar farklı alanlarda yapılmış çalışmalar mevcuttur. Bu araştırma, özellikle kültürlerarası turist tutumlarını incelemeyi, bütünlük tehdit teorisi çerçevesinde turistlerin tehdit algılamalarını belirlemeyi ve önyargılardan ne ölçüde etkilendiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda beş bölüm olarak planlanan çalışmanın birinci bölümünde; araştırmanın konusu, amacı ve önemi ele alınmış olup araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları ortaya konmuştur. İkinci bölümde ise; kültürün kavramsal analizi, kültürel farklılıklara ilişkin teoriler, tutum kavramı, kültürlerarası turist tutumları, Alman ve Rus turistlerin kültürel özellikleri, turist-turist ilişkilerine ait teoriler, bütünlük tehdit teorisi ve önyargı kavramları kuramsal çerçeve kapsamında ele alınmıştır. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemine, araştırma modeline, veri toplama araç ve teknikleri ile veri toplama sürecine ve pilot uygulamaya yer verilmiştir. Dördüncü bölüm; verilerden elde edilen bulgulara ve yorumlara ayrılmıştır. Son bölüm olan beşinci bölümde ise; uygulanan anket çalışmasının sonuçlarına ve geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında hiçbir zaman tek başıma değildim. Özellikle araştırma konusunun belirlenmesinden, son noktasının koyulmasına kadar geçen süre zarfı içerisinde kıymetli zamanını, görüşlerini ve değerli birikimlerini daima benimle paylaşan, sürekli daha iyisini yapabileceğime inandıran, kendisinden bilim ve insanlık adına çok şey öğrendiğim danışman hocam Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT'a minnetlerimi sunarım. Her zaman öğrencisi olmaktan onur duyduğum ve fikirleri ile beni teşvik eden değerli hocam Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU'nun varlığının yolumu aydınlattığını belirtmem gerekir. Sadece bu çalışmanın ortaya çıkma sürecinde değil, hayatımın her aşamasında cesaretlendirici destekleriyle sürekli yanımda olduğunu hissettiren Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY hocama şükranlarımı sunarım. Ayrıca çalışmanın bu aşamaya gelme sürecinde, beni yönlendiren, farklı bakış açıları kazanmamı sağlayan ve özveriyle ilgilenen değerli hocam Doç. Dr. Oktay EMİR'e teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmanın özellikle araştırma bölümünün oluşturulmasında, onca işine rağmen her sıkıştığımda bana zaman ayıran, her zaman güzel fikirler veren, düşündüren ve yol

gösteren değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Nilay KÖLEOĞLU'na teşekkürü bir borç bilirim. Verilerin analizi aşamasında bana yardımcı olan, sabırla sorularıma cevap verip desteğini esirgemeyen Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı öğretim üyesi Doç. Dr. Deniz SİĞİRLİ'ya katkılarından dolayı teşekkürlerimi iletiyorum. Araştırmanın uygulama kısmına ilişkin analizlerinde yapıcı eleştirileriyle beni yönlendiren ve yardımcı olan Afyon Kocatepe Üniversitesi Veteriner Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı öğretim üyesi Doç. Dr. İbrahim KILIÇ'a da teşekkürü bir borç bilirim.

Araştırma anketlerinin hazırlanması aşamasında, sürekli bilgi ve deneyimlerine başvurduğum, anketlerin anlaşılabilirliği konusunda bana bir nevi kültürel destek sağlayan, gece gündüz demeden benimle birlikte çalışıp değerli vakitlerini ayıran; Irina MYKHAILYCHENKO ve Frederic ILLGE sonsuz teşekkürler. Özellikle veri toplama sürecinde tüm yoğunluklarına rağmen yardımlarını esirgemeyen Meeting Point Turkey, Anex Tour, Karmi Tour ve Pamfilya Tourism Inc. yöneticilerine, çalışanlarına ve sevgili öğrencilerime teşekkür ederim. Gerekli seyahat acenteleri ile bağlantı kurmamda yardımcı olan BTİOYO Mezunlar Derneği Başkanı Dilber YÜCE'ye ve Lefke Avrupa Üniversitesi öğretim elemanı Öğr. Gör. Nazmi BULDANLIOĞLU'na da en içten teşekkürlerimi iletiyorum.

Çalışma boyunca bana olan güven ve inançları ile beni yücelten, benimle aynı heyecanı yaşayan ve bana hep çok şanslı olduğumu hissettiren ailem; sizlerden çaldığım zamanı, büyük bir sabırla görmezden gelerek desteklerinizi ve fedakârlıklarınızı hiçbir zaman esirgemediniz. Sizler olmasaydınız umut ışığımı asla yakamazdım. İyi ki varsınız.

Balıkesir, 2016

Gencay SAATCI

ÖZET

KÜLTÜRLERARASI TURİST TUTUMLARI: BÜTÜNLEŞİK TEHDİT TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE BİR ARAŞTIRMA

SAATCI, Gencay

Doktora, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

2016, 206 Sayfa

Turizmin kültürlerarası etkileşim süreçlerine ortam hazırlamasıyla birlikte, turist gruplarının birbirlerine karşı olan tutumları da incelenmesi gereken bir alan haline gelmiştir. Turistlerin etkileşim süreçleri içerisinde birbirlerinin kültürel farklılıklarını göz ardı ederek tutum geliştirmeleri sonucu, taraflarda tehdit algılaması gerçekleşmektedir. Algılanan tehditler ise; bütünleşik tehdit teorisini kapsayan; gerçekçi tehditler, sembolik tehditler, olumsuz yargılar ve gruplararası kaygı olmak üzere dört tehdit çeşidinden oluşmaktadır. Bütünleşik tehditlerin algılanması sonucunda ise ortaya olumsuz düşünceler ve önyargılar çıkmaktadır. Turistlerin karşılıklı iletişim sürecinde birbirlerine önyargılı davranmaları, gruplar arasında gerginlikler ve ayrımcı davranışlar da yaşanmasına neden olmaktadır.

Bu çalışma ile farklı milliyetten olan turistlerin birbirlerine karşı sergiledikleri tutumlar ile bu tutumların ortaya çıkarttığı sonuçları ve dış gruptan algıladıkları tehditleri bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde belirleyebilmek amaçlanmıştır. Araştırmanın kuramsal temeli; kültür, kültürel farklılıklar, tutum, kültürlerarası turist tutumları, Alman ve Rus turistlerin kültürel özellikleri, turist-turist ilişkilerine ait teoriler, bütünleşik tehdit teorisi ve önyargı kavramları kapsamında oluşturulmuştur. Kuramsal çalışma doğrultusunda anket formları geliştirilerek, Alman ve Rus turistlerden oluşan 871 adet katılımcıya, Haziran-Temmuz-Ağustos 2015 tarihleri arasında uygulanmıştır.

Gerçekleştirilen analizler sonucu; Alman turistlerin Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekindiği, Rus turistlerin ise Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmediği ortaya çıkmıştır. Alman turistlerin algılamış oldukları gerçekçi tehditler, suç oranları ile ortak yaşanan fiziksel ve sosyal çevre etrafında toplanırken; Rus turistlerin gerçekçi tehdit algılamaları siyasi ve ekonomik boyutlar üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sembolik tehditlerin varlığı ise; karşılıklı olarak her iki turist grubunun da birbirlerinden farklı değer yargılarına sahip olduklarını düşünmeleri sonucu kabul görmüştür. Turistlerin birbirlerini bencil ve soğuk olarak nitelendirmeleri sonucunda olumsuz yargılar tehdit çeşidinin varlığından da söz etmek mümkündür. Gruplararası kaygı için ise; Alman turistler tarafından daha yoğun olarak hissedildiği ortaya çıkmıştır. Genel olarak; Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi olduğu ve Almanlar ile Rusların her zaman geçinmekte zorlandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Alman turistlerin bütünleşik tehditleri Rus turistlere nazaran daha fazla hissettikleri ve Alman turistlerin Rus turistlere karşı önyargılı davrandıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bütünleşik Tehdit Teorisi, Kültürel Farklılık, Önyargı, Turist-Turist İlişkisi, Tutum.

ABSTRACT

CROSS-CULTURAL TOURIST ATTITUDES: A SEARCH WITHIN THE SCOPE OF INTEGRATED THREAT THEORY

SAATCI, Gencay

PhD Thesis, Department of Tourism and Hotel Management

Advisor: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

2016, 206 Pages

Along with the tourism paves the way for cross-cultural interaction, the mutual attitudes of tourist groups has become a field should be studied. In the interaction process of the tourists, because they develop an attitude by ignoring the cultural differences, a threat perceive happens for both sides. The perceived threats which contains integrated threat theory is composed of four threats such as real threats, symbolic threats, wrong judices, cross-group anxiety. Negative thoughts and prejudices take place by perceiving the integrated threats. In the interaction process, mutual prejudiced behaviours of tourists causes tension and discriminatory behaviour cross-groups.


With this study it is aimed to specify the mutual attitudes among different-nation groups, the result of these attitudes, and their threat perceive from other group. The theoretic base of this search has been conducted around culture, cultural differences, attitude, cross-cultural tourist attitudes, cultural differences of German and Russian tourists, theories about tourist interactions, integrated threat theory and prejudice. Questionnaire forms were developed by light of theoretic study and conducted on 871 German and Russian costumers between June, July and August in 2015.

It is concluded as a result of the applied tests that German tourists avoid reaching out Russian tourists while Russian tourists don't avoid reaching out German tourists. As for the real threats, German tourists' threat perceive gathers around crime rates and phisical and social environment, Russian tourist perceive real threats under

politic and economic dimensions. Existence of the symbolic threats are accepted as a result of different value judgment thought of both groups. It can be mentioned about negative judgment threat as a result of the fact that both sides characterize the other as cold and selfish. Cross-group anxiety is intensely felt by German tourists. Generally, it can be concluded that German and Russian people have had a troubled past and have always had difficulties for getting along with each other. It is revealed that German tourists feel integrated threats more than Russian tourists and German tourists are biased to Russian tourists.

Key Words: Integrated Threat Theory, Cultural Difference, Prejudice, Tourist-Tourist Interaction, Attitude.





***Beni yetiştiren Anneme ve Babama
En derin saygı ve şükranlarımla...***

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
EKLER LİSTESİ.....	xiv
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Konusu (Problem Durumu)	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	5
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	5
1.6. Tanımlar.....	5
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE KAVRAMLAR.....	7
2.1. Kültürün Kavramsal Analizi.....	7
2.1.1. Kültürün Tanımı	7
2.1.2. Kültürün Özellikleri	11
2.1.3. Kültürün Öğeleri	13
2.1.4. Kültür Çeşitleri.....	16
2.1.4.1. Yaygınlık Derecesine Göre Oluşan Kültür Çeşitleri	17
2.1.4.2. Kültür Unsurlarının Birleşimine Göre Oluşan Kültür Çeşitleri	18
2.1.4.3. Kültürün Kabul Edilip Edilmeme Derecesine Göre Kültür Çeşidi	19
2.1.4.4. Öğrenilme Zamanına Göre Oluşan Kültür Çeşitleri.....	20
2.1.5. Kültürel Farklılıklara İlişkin Teoriler.....	21
2.1.5.1. Hofstede Kültürel Boyutlar Modeli	23

2.1.5.1.1. Bireysellik-Toplumsallık	24
2.1.5.1.2. Erillik-Dişillik.....	27
2.1.5.1.3. Güç Mesafesi	29
2.1.5.1.4. Risk Alma-Belirsizlikten Kaçınma.....	32
2.1.5.2. Kültürel Farklılıklara İlişkin Diğer Teoriler	34
2.1.5.2.1. Trompenaars'a Göre Kültürel Özellikler	34
2.1.5.2.2. Ronen-Shenkar Ülkeler Yığılımları Teorisi	36
2.1.5.2.3. Globe Araştırması.....	37
2.2. Tutumun Kavramsal Analizi.....	39
2.2.1. Tutum Kavramı.....	39
2.2.2. Tutumu Oluşturan Öğeler.....	41
2.3. Kültürlerarası Turist Tutumları	42
2.3.1. Turist-Turist İlişkilerinin Niteliği.....	45
2.3.2. Alman Turistlerin Kültürel Özellikleri.....	48
2.3.3. Rus Turistlerin Kültürel Özellikleri.....	50
2.4. Turist-Turist İlişkilerine Ait Teoriler	52
2.4.1. Rekreasyon Çatışma Teorisi	53
2.4.2. Temas Hipotezi	57
2.4.3. Sosyal Mübadele Teorisi.....	59
2.5. Bütünleşik Tehdit Teorisi	60
2.5.1. Gerçekçi Tehditler	63
2.5.2. Sembolik Tehditler	64
2.5.3. Olumsuz Yargılar	65
2.5.4. Gruplararası Kaygı	66
2.6. Önyargı Kavramı.....	69
3. YÖNTEM	72
3.1. Araştırmanın Modeli.....	72
3.2. Evren ve Örneklem	75

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri	78
3.4. Veri Toplama Süreci	78
3.5. Verilerin Analizi	78
3.6. Anket Formunun Geliştirilmesi	79
3.7. Pilot Uygulama.....	80
4. BULGULAR VE YORUMLAR	82
4.1. Güvenirlik Analizi	82
4.2. Bartlett Küresellik Testi ve Faktör Analizine İlişkin Bulgular.....	84
4.3. Normal Dağılım Testi	90
4.4. Örneklem Grubuna Ait Değişkenler.....	91
4.5. Turistlerin Tatil Katılım Durumları.....	95
4.6. Turistlerin Antalya'da Bulunma Süreleri	96
4.7. Turistlerin Uluslararası Seyahat Deneyimleri.....	97
4.8. Turistlerin Daha Önceden Antalya'da Bulunma Durumları	98
4.9. Turistlerin Diğer Turistler İle İletişim Kurmaktan Çekinme Durumları.....	99
4.10. Turistlerin Daha Önceden Alman/Rus Tanıdıklarının Olma Durumları.....	100
4.11. Alman/Rus Turistlerin Benzer Tutuma Sahip Olma Durumları.....	100
4.12. Bütünleşik Tehdit Teorisine Ait Değişkenlerin Analizi	101
4.13. Madde Puanlarının Alman ve Rus Turistler Arasında Karşılaştırılması	106
4.14. Korelasyon Analizi Sonuçları.....	111
4.15. Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları	117
4.16. Mann-Whitney U Testi Sonuçları.....	152
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	166
5.1. Sonuç	166
5.2. Öneriler.....	170
KAYNAKÇA	176
EKLER.....	199

TABLolar LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Turistlerin Kültürel Farklılıklarının Değerlendirmesine İlişkin Çalışmalar	4
Tablo 2. Kültürün Tanımları	9
Tablo 3. Kültürün İçeriği	14
Tablo 4. Toplumsallık Türleri	25
Tablo 5. Ülkelerin Bireysellik Sıralamaları	26
Tablo 6. Ülkelerin Erillik-Dişillik Sıralaması	28
Tablo 7. Güç Mesafesi Yüksek ve Düşük Toplumların Özellikleri	30
Tablo 8. Ülkelere Göre Güç Mesafesi Sıralaması.....	31
Tablo 9. Ülkelerin Belirsizlikten Kaçınma Sıralaması	33
Tablo 10. Globe Toplumsal Kümeleri	38
Tablo 11. Jacob ve Schreyer'in (1980) 10 Hipotezi	56
Tablo 12. Alman Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Güvenirlik Analizi	83
Tablo 13. Rus Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Güvenirlik Analizi	84
Tablo 14. KMO İçin Nitelendirmeler	85
Tablo 15. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları.....	86
Tablo 16. Bütünleşik Tehdit Teorisine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	88
Tablo 17. Normallik (Shapiro-Wilk) Testi Sonuçları	91
Tablo 18. Turistlerin Demografik Özellikleri	92
Tablo 19. Turistlerin Tatile Katılım Durumu	95
Tablo 20. Turistlerin Antalya'da Bulunma Süreleri	96
Tablo 21. Turistlerin Uluslararası Seyahat Deneyimleri	97
Tablo 22. Turistlerin Daha Önceden Antalya'da Bulunma Durumları	98
Tablo 23. Turistlerin Diğer Turistler İle İletişim Kurmaktan Çekinme Durumları	99

Tablo 24. Turistlerin Daha Önceden Alman/Rus Tanıdıklarının Olma Durumları	100
Tablo 25. Alman/Rus Turistlerin Benzer Tutuma Sahip Olma Durumları	101
Tablo 26. Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Maddelerinin Analizi.....	102
Tablo 27. İfadelerin Medyan ve Minimum-Maksimum Değerleri	107
Tablo 28. Korelasyon Sonuçları Tablosu.....	114
Tablo 29. Cinsiyet Değişkenine İlişkin Hipotez Testi.....	118
Tablo 30. Medeni Durum Değişkenine İlişkin Hipotez Testi.....	121
Tablo 31. Yaş Değişkenine İlişkin Hipotez Testi.....	125
Tablo 32. Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin Hipotez Testi.....	129
Tablo 33. Meslek Değişkenine İlişkin Hipotez Testi	131
Tablo 34. Gelir Değişkenine İlişkin Hipotez Testi.....	135
Tablo 35. Tatile Katılma Değişkenine İlişkin Hipotez Testi.....	138
Tablo 36. Antalya'da Konaklama Süresine İlişkin Hipotez Testi.....	142
Tablo 37. Uluslararası Seyahat Deneyimine İlişkin Hipotez Testi	145
Tablo 38. Antalya'da Bulunma Sürelerine İlişkin Hipotez Testi	149
Tablo 39. Çocuk Sahibi Olma Durumuna İlişkin Hipotez Testi.....	153
Tablo 40. İletişim Kurma Durumuna İlişkin Hipotez Testi.....	155
Tablo 41. Daha Önceden Alman/Rus Tanıdık Olma Durumuna İlişkin Hipotez Testi	158
Tablo 42. Almanların/Rusların Birbirlerine Benzer Tutum Sergileme Durumlarına İlişkin Hipotez Testi.....	161
Tablo 43. Hipotez Sonuçları Tablosu.....	164
Tablo 44. Turistlerin Bütünleşik Tehdit Teorisi Alt Ölçek ve Toplam Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması	165

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Tutum Bileşenleri ve Tutum Geliştirme Süreci	41
Şekil 2. Bütünleşik Tehdit Teorisi Modeli	62
Şekil 3. Gerçekçi Tehdit Türleri	63
Şekil 4. Sembolik Tehdit Türleri	64
Şekil 5. Bütünleşik Tehdit Teorisi Nedensellik Modeli	67
Şekil 6. Turistlerin Bütünleşik Tehdit Teorisi Çerçevesinde Tehdit Algılamaları ve Tutumlarına İlişkin Araştırma Modeli	73

EKLER LİSTESİ

	Sayfa
EK-1. Türkçe Anket Formu	199
EK-2. Almanca Anket Formu	201
EK-3. Rusça Anket Formu	203
EK-4. Korelasyon Analizi Sonuçları Tablosu (Alman)	205
EK-5. Korelasyon Analizi Sonuçları Tablosu (Rus)	206

1. GİRİŞ

Gruplararası iletişim araştırmaları, 1990'lardan beri, belirli grup üyeleri arasındaki teması ve grupların birbirine karşı olan tutumlarını anlayabilmek için ilgi görmektedir (Imamura, Zhang ve Harwood, 2011: 103). Farklı kültür ve bakış açlarına sahip olan insanlar arasında herhangi bir etkileşim ya da iletişim olduğu zaman, kaçınılmaz olarak anlaşmazlıklar da ortaya çıkabilecektir (Ruggiero, 2013: 143). Çünkü iletilen mesajlar, bireysel ve toplumsal bilgi içermektedirler. Günlük hayatımızda iletişim kurmak ve kendimizi ifade etmek için kullandığımız işaret ve hareketler her kültüre göre farklı anlamlar ifade edebilmektedirler. Örneğin, başparmak ve işaret parmağı ile yapılan "O" işareti, Amerikan kültüründe; mükemmel, Japon kültüründe para, Fransız kültüründe değersiz ve sıfır olarak algılanırken, Brezilya kültüründe ise küfür anlamı taşımaktadır. Bireylerle etkileşim halinde bulunulurken, ifade edilmek istenen şeyler ile onlara yüklenen anlamlar birbirlerinden farklı olabilmektedirler. Aynı kültüre mensup olan bireyler bu anlamları kolayca çıkarabildiği halde, değişik kültürlerden olan insanlar aynı dili konuşsalar dahi, birbirlerini yanlış anlayabilmektedirler (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008: 170).

Değişik kültürlere sahip olan bireyler, yaptıkları seyahatler aracılığıyla yeni yerler keşfetmelerinin yanında farklı kültürlere ait toplumları da yakından tanıma fırsatı yakalamaktadırlar (Emir ve Avan, 2010: 204). Farklı ülkelerden tatil yapmak üzere seyahat eden turistler, birbirlerini tanıma ve birbirleri hakkında fikir edinme şansına da sahip olmaktadır. Dolayısıyla, turistler arasındaki ilişkilerin nasıl oluştuğu ve ilişkilerin temelini teşkil eden faktörlerle, ilişkiler sonucu ortaya çıkan davranışların incelenmesi ve anlaşılması, araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünü oluşturan kuramsal çerçevede, genel olarak; kültür kavramı, kültürün özellikleri ve öğeleri ile kültür çeşitlerine yer verilerek, kültürel farklılıklara ilişkin teoriler incelenmiştir. Ardından tutum kavramı açıklanmış, kültürlerarası turist tutumlarına yer verilerek, turist-turist ilişkilerinin niteliklerine ve özelliklerine değinilmiş, çalışmanın örneklemini oluşturan Alman ve Rus turistlerin kültürel özellikleri incelenmiştir. İlerleyen kısımda ise; turist-turist arasındaki ilişkileri ifade etmekte kullanılan çeşitli teorilere ilgili yazın taranarak yer verilmiştir. Bölümün son kısmında ise; bütünleşik tehdit teorisi başlığı altında, söz konusu teoriyi

oluşturan; gerçekçi tehditler, sembolik tehditler, olumsuz yargılar ve gruplararası kaygı evreleri incelenmiştir. Son olarak ise; bütünleşik tehditlerin algılanması sonucunda ortaya çıkabilecek olan önyargı kavramsal olarak açıklanmıştır.

Bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde, kültürlerarası turist tutumlarının incelenmesi amacıyla Alman ve Rus turistler üzerinde yapılan araştırmanın yöntemi çalışmanın üçüncü bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölümde, yapılan araştırmanın modeli ve yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci, anket formunun geliştirilmesi ve pilot uygulama hakkında bilgiler sunulmuştur. Araştırma sonunda elde edilen veriler sosyal bilimler için uygun veri analiz etme programında istatistiksel yöntemlerle değerlendirilmiştir. Buradan elde edilen bulgular ve söz konusu bulgulardan hareketle geliştirilen yorumlar çalışmanın dördüncü bölümünü oluşturmaktadır. Elde edilen bulgulara ilişkin sonuç ve öneriler ise araştırmanın son bölümünde yer almaktadır.

1.1. Araştırmanın Konusu (Problem Durumu)

Bu araştırmanın konusu; farklı milliyetlerden olan turistlerin, birbirlerine karşı sergilemiş oldukları tutumların, bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde incelenmesidir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, farklı milliyetten olan turistlerin, farklı kültürel özelliklerinden dolayı, birbirlerine karşı sergiledikleri tutumlar ile bu tutumların ortaya çıkarttığı sonuçları ve dış gruptan algıladıkları tehditleri bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde belirleyebilmektir.

Kültürel farklılıkların yoğun olarak gözlemlendiği turizm sektöründe farklı davranış biçimlerinin sergilenmesi ve farklı tutumların ortaya çıkması ihtimal dâhilinde yer almaktadır. Farklı milliyetten ve farklı kültürden olan, ortak kullanım alanlarında bir arada faaliyette bulunan, zaman geçiren turistler gereksinimlerini karşılarken birçok kişisel ve kültürel faktörün izlerini yansıtmaktadırlar. Bu bağlamda; yaş, cinsiyet, medeni durum gibi demografik faktörler; motivasyon, algılama, kişilik yapısı, öğrenme gibi psikolojik faktörlerden, bireysel etkenlere ait olan milliyetin kültürel

boyutu da göz önünde bulundurulduğunda; kültürel bir farklılaşmanın ve farklı bir gruplararası temasın ortaya çıkmasına olanak verebilmektedir. Bu nedenle her milliyetin geleneğinin, sosyal değerlerinin, tutumlarının ve davranışlarının öncelikle incelenmesi gerekmektedir.

Bu kapsamda, turistlerin birbirlerinin nezdinde sahip oldukları farklı imajlar da, objektif bir yaklaşımdan uzaklaşarak subjektif değerlendirmelerle yaklaşım göstermelerine neden olabilmektedir. Bununla birlikte, kültürlerarası turist tutumlarının incelenmesi amacıyla Alman ve Rus turistler üzerinde yapılan araştırma ile teorik kapsamda incelenen bütünleşik tehdit teorisine ilişkin ilgili yazına da katkı sağlayabilmek amaçlanmıştır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bütünleşik tehdit teorisi, toplumsal konuları araştırmaya, insanların tutumlarının, inançlarının ve davranışlarının arkasında yatan bilişsel süreçleri anlamaya yardımcı olduğundan dolayı, kültürlerarası araştırmalar için önem arz etmektedir. Bütünleşik tehdit teorisinin uygulanabilir araştırma konularından bazılarını Redmond (2013: 3), şu şekilde ifade etmiştir:

- Dini hoşgörüsüzlük,
- Göçe yönelik tutumlar,
- Irksal profiller ve klişeleştirme,
- Cinsiyet ilişkilerine yönelik tutumları,
- Feminist hareketler için destek,
- "Ulusal Kimlik" ve çeşitlilik,
- İşyerlerinde farklı güdüler.

Buradan hareketle; bütünleşik tehdit teorisinin, bu araştırma ile yanıt aranan soruların cevaplanmasını sağlayabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda, bu araştırma, farklı kültürlere ait turistlerin birbirlerine karşı sergilemiş oldukları tutumların, henüz yazında derinlemesine araştırılmamış olması açısından önemli görülmektedir. İlgili yazında yer alan, turistlerin kültürel farklılıklarının etkilerinin değerlendirilmesine ilişkin yapılan çalışmalar Tablo 1'de incelenmiştir.

Tablo 1. Turistlerin Kültürel Farklılıklarının Değerlendirmesine İlişkin Yapılan Çalışmalar

Yazar	Karşılaştırılan Milliyetler	Karşılaştırılan Durumlar
Witt (1980)	İngiltere & Almanya	Turizm talebi
Ritter (1987)	Japonya & Batı Avrupa	Seyahat tercihleri
Richardson & Crompton (1988)	Fransa & Kanada	Tatil ve seyahat özellikleri
Pizam & Sussmann (1995)	Japonya, Amerika, Fransa & İtalya	Turist davranışları
Chadee & Mattsson (1996)	Avrupa & Asya (öğrenciler)	Dışarıda yemek yeme, çevre gezileri
Lee & Ulgado (1997)	Amerika & Kore	Fast – food restoranların servis kalitesinin algılanması
Sussmann & Rashcovsky (1997)	Fransa & İngiltere	Seyahat tercihleri & destinasyon seçimi
Kozak & Nield (1998)	Avrupa & Romanya	Destinasyon tercihinin önem seviyesi
Reisinger & Turner (1998b)	Kore Turistler & Avusturya Hizmet Üreticileri	İletişim stilleri, duyguların ifade edilmesi
Stephan & Saito & Barnett (1998)	Japonya (Toplumcu) & Amerika (Bireyci)	Kültürel özelliklerin bireyci – toplumcu yaklaşımlara etkisi
Choi & Chu (2000)	Asya & Avrupa	Memnuniyet derecesi
Stephan & Diaz-Loving & Duran (2000b)	Amerika & Meksika	Gruplar arası temas (bütünleşik tehdit teorisi)
Albuquerque & McElroy (2001)	ABD, Kanada, İngiltere, Karayipler	Taciz
Kozak (2001)	İngiltere & Almanya	Tatil deneyimlerinin memnuniyet derecesi
Yagi (2001)	Japonya & Amerika	Turist – turist ilişkileri
Kozak (2002)	İngiltere & Almanya	Motivasyon farklılıkları
Ward & Berno (2011)	Fiji & Yeni Zelanda	Turist tutumları
Dönmez & Çakıcı (2013)	Türkiye & İngiltere	Turist – turist etkileşimi

Kaynak: Yagi, Chemi. (2003). *Tourist Encounters with Other Tourists*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, James Cook University, Australia, s.46. (geliştirilmiştir).

Tablo 1’de görüldüğü üzere yapılan incelemeler sonucunda; turistlerin birbirlerine karşı sergiledikleri tutumlar ve tehdit algılamaları konusunda yanıt bekleyen soruların varlığı ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte örneklem olarak seçilen Alman ve Rus turistler ile ilgili bu alanda karşılaştırmalı bir analize henüz rastlanamamış olmasının ve teorik olarak bütünleşik tehdit teorisinin henüz bu anlamda ilgili yazında yer almamış olmasının da yazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu araştırmada göz önünde bulundurulmuş temel varsayımlar şu şekildedir:

- Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditlerin, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olabileceği varsayılmıştır.
- Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anketin katılımcıların genel görüşlerini yansıttığı kabul edilmiştir.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma, kuramsal çerçevede ulaşılabilen yazın ile sınırlıdır.
- Zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik etmenlerinden dolayı araştırmanın uygulama alanı, Antalya şehir merkezi olarak sınırlandırılmıştır.
- Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular, 2015 yılı Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında Türkiye'ye gelen Alman ve Rus turistlerin görüşleri çerçevesinde değerlendirilerek sınırlandırılmıştır.
- Araştırma sonrasında ulaşılan sonuçlar, araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan ankette yer alan ifadeler ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Kültür, belirli bir grup insanın bireysel ve toplu olarak sürdürdükleri yaşamlarını anlamada, düzenlemede ve yapılandırmada kullandıkları inançlar ve gelenekler sistemi bütünüdür (Parekh, 2002: 184).

Kültürel farklılık, toplumda yaşayan her bireyin farklı davranması sonucunu ortaya çıkan davranışlar bütünüdür (Reisinger ve Turner, 1997: 141).

Turist-turist ilişkisi, , insanlar arası ilişkiler sürecinden soyutlanamaz. Ancak, turist-turist ilişkileri turistik bir ortamda gerçekleştiğinden dolayı; ilişkiler bu ortamın özelliklerine göre biçimlenebilmektedir (Rızaoğlu, 2012: 256). Genel olarak turistler,

ait oldukları toplumdaki tüm insanların özelliklerini yansıtan homojen bir grup değildir ancak; kendilerine has, oldukça farklı geçmişleri, tercihleri ve davranış kalıpları mevcuttur (Yagi, 2001: 22).

Bütünleşik tehdit teorisi, cinsiyet, ırk, cinsel yönelim, ulusal köken ve özürlülük durumu da dâhil olmak üzere, tüm dış gruplara karşı bireylerin önyargılarının boyutlarını ve tutumlarını belirlemek için tasarlanmıştır (Stephan vd, 2000a: 64). Bütünleşik tehdit teorisi kapsamında, dört temel tehdit unsuru olduğu varsayılmaktadır. Bunlar: gerçekçi tehdit, sembolik tehdit, olumsuz yargılar ve gruplararası kaygıdır (Stephan ve Stephan, 1996: 410; Colombo vd, 2012: 135). Bu bağlamda, gerçekçi tehditler, bir grubun ve üyelerinin fiziksel ve maddi refahına karşı algılanan tehditleri de içermektedir (Stephan, Ybarra ve Bachman, 1999: 2222; Stephan, vd, 2000b: 242). Sembolik tehditler ise; farklı kültürlerden kaynaklanan, değerler, normlar, inançlar ve tutumlar ile ilişkili olan ve bir grubun dünya görüşüne karşı olan tehditleri kapsamaktadır (Ward ve Berno, 2011: 1559). Olumsuz kalıp yargılar, dış grup üyelerinin davranışlarını ve beklentilerini olumsuz şekilde oluşturarak, tehdit meydana getirmektedir (Riek, Mania ve Gaertner, 2006: 338). Bütünleşik tehdit teorisini oluşturan son tehdit unsuru, gruplararası kaygı ise; bireylerin reddedilmekten korkması ya da insanlar arası etkileşimler ile ilgili olarak tehdit hissetmesi, grubun üyeleri ile etkin bir etkileşim halinde bireyin kendisini yetersizlik olarak görmesi ve sonucunda alay edilmek veya utanmaktan kaynaklanan davranışları içermektedir (Ward ve Berno, 2011: 1559).

Önyargı, herhangi bir gruba sadece o gruba ait olması nedeniyle gösterilen negatif değer içerikli tutumlardır. Bireylerin önceki karar ve deneyimlerine dayanan bir tutum olan önyargı; hakikatler hakkında araştırma ve analiz yapmadan veya üzerinde düşünmeden oluşturulmuş bir yargıdır (Allport, 1954: 25).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE KAVRAMLAR

Araştırmada, kültürlerarası turist tutumlarına ait kavram ve teoriler ile bütünleşik tehdit teorisine yer verilmeden önce kültür ile ilgili farklı tanımlar incelenmiş, kültürün özellikleri ve öğeleri açıklanmış, kültürel farklılıklara ilişkin teorilere yer verilerek, turist-turist ilişkileri analiz edilmiştir.

2.1. Kültürün Kavramsal Analizi

Çalışmanın bu kısmında, genel olarak kültür kavramının farklı kaynaklarda yer edinmiş tanımlarına yer verilerek, kültürün özellikleri ve kültürü oluşturan öğeler açıklanmıştır. Farklı kültür çeşitlerine de yer verilen bölümde kültürel farklılıklara ilişkin teoriler açıklanarak irdelenmiştir.

2.1.1. Kültürün Tanımı

Kültür genel olarak, toplumların tarihsel geçmişi, toplumsal olarak göstermiş oldukları gelişme özellikleri, tarih boyunca kullanmış oldukları üretim biçimleri, değer ve normları, inanç ve tutumları, öğrenme ve toplumsal ilişkileri ile ilgilidir (Şahin, 2010: 22; Deneçli, 2013: 2). Kültürün etimolojik açıdan kökenine inilirse, Latince de ekip biçme, toprak kültürü ve tarım anlamlarına gelen “Colera” kökeninden türemiş olan “Cultura” kelimesinden geldiği görülmektedir (Briggs, 1992: 3; Çeçen, 1996: 11; Kocadaş, 2005: 2; Öter ve Özdoğan, 2005: 127; Doğan, 2007: 10; Bektaş, 2010: 6; Oğuz, 2011: 125). En geniş ifadeyle, bir toplumun sembolik değerlerini ve öğrenilmiş taraflarını anlatan genel bir kavram olan kültür (Çelik, 2006: 46), geleneklerin, göreneklerin, inanışların ve çeşitli yaşam etkinliklerinin birikimiyle birlikte ortaya çıkan ve toplumdan topluma değişen bir yaşam biçimidir (Giddens, 1998: 26; Tanrıbilir ve Şen, 2005: 132; Küçük, 2011: 228).

Kültür kavramı ilk olarak Edward Burnett Tylor tarafından şöyle ifade edilmektedir; “Kültür, bir bireyin ait olduğu bir toplumun üyesi olması nedeniyle kazanmış olduğu

bilgi, iman, ahlâk, örf, âdet, gelenekler ve diğer yetenekleri ile alışkanlıkları içeren karmaşık bir olgudur” (Erkal, 1982: 65; Çeçen, 1985: 115; Fichter, 1990: 132; Köse, Tetik ve Ercan, 2001: 221; Smith, 2001: 15; Burke, 2006: 9; Çakır, 2010: 76; Aksoy, 2012: 298; Limon, 2012: 108; Nişancı, 2012: 1281).

Her toplum ortak bir kültüre sahiptir (Yılmaz ve Göçen, 2013: 375), ve her toplumun kendi kurallarını, geleneklerini, göreneklerini ve bunlarla da kendi kültürünü yarattığı ifade edilebilmektedir (Katz ve Kahn, 1977: 71). Kültürün nitelikleri sadece toplumdan topluma değişmez, aynı toplumun farklı kent ve köylerinde, hatta aynı kentin farklı mahallelerinde yaşayan bireylerin kendilerine özgü kültürleri, örf ve âdetleri bulunmaktadır (Baymur, 1994: 274).

Kültür kısaca; bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerlerin ve özelliklerin tümü (Emekli, 2007: 54; Ateş ve Bayram, 2012: 822) ve insanoğlunun doğa ile etkileşimi sonucunda, kendi eseri şeklinde ortaya koymuş olduğu unsurlardır. Kültür sözcüğü, kısa anlamıyla bile birçok şey ifade etmesinin yanında, temel olarak iki noktayı içermektedir. Bunlardan birincisi; tüm bireyler tarafından benimsenerek standart hale gelmiş sosyal davranışlar, diğeri ise söz konusu grubun üretmiş olduğu sanat, mimari vb. alanlarda ortaya çıkan materyallerdir (Dönmezer, 1994: 99).

Duverger (1995: 74), Tylor’un 1871 yılında yapmış olduğu ve geçerliliğini koruduğunu düşündüğü kültür tanımını şu şekilde ifade etmektedir; “Etnografyadaki en geniş anlamda kültür, bir bireyin toplum üyesi olarak kazandığı, bilgi, inanç, sanat, ahlâk, töre ve tüm diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren bir sistemdir”. Yine Karl Marx da, kültürü, “doğanın sunduklarına karşılık, insanoğlunun kendi çabasıyla yaratmış olduğu her şeydir.” diye ifade etmektedir (Güvenç, 1996: 97; Aslan, 2013: 111). Çeşitli yazarlar tarafından yapılan kültür tanımları ise; Tablo 2’de derlenmiştir.

Tablo 2. Kültür Tanımları

Yazar (lar)	Kültür Tanımları
Hofstede (1980: 225)	Kültür, bir toplumu diğer toplumdaki ayırmaya yarayan zihinsel programlama ürünüdür.
Hawkins (1997: 425)	Kültür; belirli bir toplumun dış çevreye uyumlaşması ve yeni üyelere öğretilmesi gereken, geliştirilmiş temel varsayımların organize edilmesiyle devam eden bir süreçtir.
Trompenaars & Hampden-Turner (1997: 13)	Kültür, bir toplumun zamanla karşılaştıkları sorunları ortadan kaldırmak için ortaya koydukları bir takım kurallar, metotlar ve çözüm yollarıdır.
Smith & Bond (1998: 39)	Kültür, toplumun ortak değerlerinin organizeli bir sistemidir.
DiStefano & Maznevski (2000: 196)	Kültür, bir toplumun birbirleriyle etkileşimlerinin ve iletişimlerinin nasıl olacağı ve yaptıkları davranışlarda nasıl bir tutum sergileyeceklerini belirleyen normlardır.
Giddens (2000: 43)	Kültür, bir toplumun bireyleri ya da bir toplum içindeki farklı grupların yaşam biçimlerini yansıtan ve bireyi insan yapan en önemli parçadır.
Reisinger & Turner (1998a: 80)	Kültür, insanların birbirlerini ve dünyayı algılamalarının bir bütünüdür.
Tolan (2005: 227)	Kültür, her toplumun kendisini diğerlerinden farklılaştıran, kendi özgün anlam çerçevesi içerisinde yaratıp kullandığı araç ve gereçlerin soyut bir bütünüdür.
Hogg & Vaughan (2007: 652)	Kültür, bir topluluğun sosyal alışkanlıkları veya ortak anlamlar sistemidir.
Karaçor (2007: 196)	Kültür, sadece içgüdüsel ve kalıtsal bir özellik olmayıp her insanın daha önceden kazanmış olduğu alışkanlıklar ve değerler bütünüdür.
Bahar (2011: 57)	Kültür; insanın toplumun bir parçası olarak yapabileceği tüm yetenek ve bilgileri kapsadığı gibi, davranış kalıplarını, nesnelere, tutumları ve değerleri de oluşturmaktadır.
Türk Dil Kurumu (2015)	Toplumsal değişim süreci içerisinde yaratılmış olan maddi ve manevi değerler ile doğal ve toplumsal çevreye egemenlik gösteren araçlar bütünüdür.

Tablo 2'de yer alan tanımlardan yola çıkarak, kültürün; grup yaşamı yoluyla öğrenilen ve grubun çeşitli uyarıcılara karşı verdiği tepkiler bütünü olduğunu söylemek mümkün olabilmektedir (Eroğlu, 1982: 16; Hasanoğlu, 2004: 47; Aydın, 2007: 7). Diğer bir deyişle; kültür, toplumu oluşturan bireyler tarafından öğrenilen ve karşılıklı olarak paylaşılan değerler, törenler, ritüeller, gelenekler ve semboller toplamı olarak da ifade edilebilmektedir (Koçel, 2003: 29; Danışman ve Özgen, 2008: 279). Yapılan tüm bu tanımlardan hareketle; kültürün, bir toplumu diğer toplumlardan ayırmaya yarayan, inanışların, davranışların, değerlerin, sembollerin, gelenek ve göreneklerin tümü olarak ifade etmek mümkün olabilecektir.

Kültürü, öğrenilen davranışlardan oluşan (Gencer, 2011: 188), bilgi, töre, inanç, gelenek, sanat, ahlâk, kanun ve her şeyden önce yetenekler ve öğrenilmiş alışkanlıklarla insanı bir toplumun ayrılmaz parçası yapan (Akay, 2005: 115), insanların yaşam biçimlerinin tümü olarak ifade etmek mümkündür. Toplumu oluşturan bu unsurlar arasında da belirli bir işlevsel bağlantı bulunmalıdır (Mendras, 2009: 23). Bu bağlamda, tanımların hepsinin, kültürün geniş bir yapıya sahip olduğu fikrinin etrafında toplanmış olduğu ortaya çıkmaktadır.

Geleneksel fikirlere ve bunlara bağlı olan değerlerden ortaya çıkan (Sığırı, 2006: 30), iletişim kurmak için temel oluşturan (Bozkaya ve Aydın Erdem, 2010: 30), maddi ve manevi öğelerin birliği (Güvenç, 1994: 100) olan kültür, aşağıda sıralanan temel özellikler ile kullanılan soyut bir sözcüktür (Güvenç, 2002a: 96; Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008: 326):

- Belirli bir toplumun ya da tüm toplumların yaşantıları sonrası oluşan birikimli bir uygarlıktır.
- Belirli bir toplumun kendisini ifade etmektedir.
- Toplumu meydana getiren sosyal süreçlerin bileşkesidir.
- Genel olarak insanlığın ve toplumun kuramıdır.

Kültür, bir toplum üyelerinin yaşam biçimlerine göndermede bulunur; insanların nasıl giyindikleri, nasıl evlendikleri, nasıl bir aile yaşamı içinde oldukları, dinsel törenleri, boş zaman etkinlikleri ve daha sayılabilecek pek çok durum kültürelidir (Anbarlı Bozatay, 2011: 42). Dolayısıyla, kültür; insan yaşamının her gününde yer almaktadır (Newman ve Nollen 1994: 754).

Günlük yaşantıda yer alan kültür yapısı gereği saklanması ve sonradan edinilmesi biyolojik olmayan bir süreç özelliği göstermektedir. Bu özelliği itibarıyla kültüre; toplum mirası veya sosyal miras da denilmesinin nedeni budur (Anbarlı Bozatay, 2011: 41; Erkal, 2012: 137). Toplumu oluşturan insan gruplarının da, düşünce ve eylem kalıpları kültür yoluyla geliştirilir. Kültür, bir grubun yaşamındaki davranış biçimlerini öğrenmesidir. Modern çağda insanın yaratıcılığına rağmen, günümüz toplumlarının çoğu, deneyimlerini büyük oranda kendilerinden öncekilerden devralmışlardır. Dolayısıyla modern toplumların kültürleri aynı zamanda geleneksel pratiklerin toplamıdır (Anbarlı Bozatay, 2011: 41).

Kültür, sadece insan topluluklarının farklı yönlerini değil, onları ayırıcı veya farklı kılıcı olmakla birlikte, birbirine benzeyen, ortak veya birbirleriyle ilişkili yönlerinin de bulunduğunu göstermektedir. Toplumu var eden kültür ürünleri, aslında eklenmiş bölümler halinde işleyerek, belirli bir zamanda sosyal yapıyı tanımlayacak güce erişebilir (Kasapoğlu, 2005: 14). Bir toplumun yaşam tarzı olarak belirtilebilecek olan kültür (Talas ve Yalçınkaya, 2013: 675), belli bir grubun veya sınıfın düşünce ve davranış tarzını da anlatan özneliktir ve tümüyle öğrenilmiş ve sosyal olarak aktarılmış davranışlardır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 20-22).

Yapılan tanım ve açıklamalarda da görüldüğü gibi, kültür kavramının tek bir tanım çerçevesinde ifade edilebilmesinin güç olduğu kadar, bu olgu aynı zamanda insan hayatının ayrılmaz bir parçası durumundadır. Kültürün genel olarak bir toplumun yaşam biçimi olduğu ve toplumsal gelişimden beslendiği göz önünde bulundurulursa; toplum hayatının içerisinde var olan birçok sürecin de kültür ile karşılıklı etkileşim içinde olduğu sonucuna varılabilir.

2.1.2. Kültürün Özellikleri

Kültür tanımlarından da anlaşılacağı üzere; kültür kavramının çok geniş bir yapıya sahip olması (Sığırı, 2006: 30), kavram kargaşasına yol açmıştır (Erkenekli, 2013: 147). Bir toplumda yaşayan insanların birliktelikleri sonucu muhakkak ki farklılıklar ortaya çıkabilecektir. Örneğin, insanların kiloları, saç renkleri veya algılama kabiliyetleri gibi belli başlı doğal farklılıklar söz konusudur (Türkkahraman ve Tutar, 2009: 3). Bu farklılıklar, toplumsal olgu ve olayları açıklama ve anlama

konusunun üzerinde düşünülmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Bilge, 2009: 91). Söz konusu toplumsal olgu ve olaylar sonrası ortaya çıkan ortak davranış şekilleri ve alışkanlıklarının bütünü olarak kültür kavramının içerisini dolduran çeşitli özellikler (Şahin, 2010: 23), genel olarak aşağıdaki gibi gruplanabilmektedir (Kirel, 1989: 352; Güvenç, 2002b: 101-104; Odabaşı ve Barış, 2003: 314-315; Aksu ve Ehtiyar, 2007: 163; Aydın, 2007: 18-19; Ünal, 2008: 90-92; Avcıkurt, 2009: 108; Tazebay ve Akpınar, 2010: 244; Aman, 2012: 138-140; Oğuz, 2011: 133; Aslan, 2013: 113):

- Kültür, gelenekseldir. İçgüdüyle ve kalıtımla değil yaşayarak öğrenilmiş davranışlar topluluğudur. Kültürün sonradan öğrenilebilir bir nitelikte olması da kurallara ve ilkelere uygun olması gereğini ortaya çıkarır.
- Kültür uyarlanabilir. Kültür sabit bir kavram değildir. İnsanlar kültür üzerinde uyarılma ve değişim yapmaktadırlar. Geçen zamanla birlikte değişen ihtiyaçlar ve koşullar doğrultusunda kültür yeniden yorumlanabilmektedir.
- Kültür tarihidir ve sürekli yönü olan bir varlık alanıdır. Kültür, toplum üyelerince paylaşılır ve sosyal yapıyı içermektedir.
- Kültür, sosyal hayat alanındaki yaşam tarzlarını oluşturur. Bu alanda oluşan davranışları düzenleyerek duygu, düşünce ve inançları tespit eder.
- Kültür, örgütlenme ve bütünleşmedir. Kültür, insanlara ait sosyal grupların oluşturduğu hayat tarzlarının topluca bir sonucu olarak doğal çevre şartlarına uyma olayıdır.
- Kültür, oluşturulur, insanlar tarafından üretilir ve kültür olabilmesi için bir insan grubu olması gerekir. Kültür, ona sahip olan toplum üyeleri ortaya çıkarılır ve gelecek nesillere aktarılır.
- Kültür statik olduğu kadar dinamiktir ve değişebilir. Kültürün süreç içerisinde değişmesi, çevre koşullarına kültürün uyum sağlamasıyla gerçekleşir.
- Kültür, simgeseldir. Kültür bir inançlar ve değerler gibi bir dizi anlamlar ve semboller içerir.
- Kültür toplumları birleştirici olduğu kadar ayrıştırıcı bir özelliğe de sahiptir. Nerdeyse tüm kültürlerde ortak olan değerler ve davranışlar bulunmaktadır. Fakat söz konusu ortak değerler kültürden kültüre farklılıklar gösterebilir.
- Kültür kavramı ve süreçleri toplumlarla ilgili soyut bir kavramdır. Gerçekte gözlemlenebilir bir kavram olmayan kültür, gerçeğin bir soyutlaması durumundadır.

- Hiç kimse, kültürün etkisinden tam olarak kurtulamaz. Çünkü kültür bireylerin karar ve davranışlarını önemli ölçüde etkiler. Diğer bir ifadeyle kültür, toplumların değer yargılarını biçimlendirir ve toplum için uygun davranışları belirler.

Kültür, doğası gereği hayatın içindedir ve toplumların yaşam deneyimlerinin toplamı olarak ifade edilebilmektedir (Seyfi ve Çelik, 2009: 284). Tüm toplumların, kendilerine has olarak gelişmiş birer kültürleri, bireylerin kendi toplumsal hayatlarında sergilemiş oldukları tutum ve davranışları ve farklı düşünce tarzları bulunmaktadır. Dolayısıyla, bir kültür için önem derecesinin yüksek olduğu bir etmen, farklı bir kültür için aynı önem derecesine sahip olmayabilir. Fakat genel olarak, tüm kültürleri ve kültürlerin meydana geliş esnasında geçirdiği evreleri ifade etmeye yarayan bir takım özellikler mevcuttur. Söz konusu özelliklerin içerdiği anlamların anlaşılması, kültür kavramının ifade edilmesinde ve farklı kültürlerin anlaşılabilmesinde büyük önem arz etmektedir.

2.1.3. Kültürün Öğeleri

Kültür, üzerinde çok konuşulan, tartışılan ancak tanım konusunda bir fikir birliğine varılamayan, kullanılması çok kolay ancak tanımlanması oldukça zor olan bir kavramdır (Schein, 1990: 110; Ay, 2005: 32; Durğun, 2006: 113; Özmen ve Aküzüm, 2013: 443). Bu nedenle de kültürle ilgili yapılan tanımların içine aldığı tüm öğelerin açıklanmasında fayda vardır.

Kültür, insanları birbirinden belirli gruplara ayırabilmek için, paylaşılan değerler, inançlar ve normlar gibi unsurları kapsamaktadır (Güvenç, 1993: 34; Usal ve Aslan, 1995: 26; Li ve Cai, 2012: 475). Kültürün içerdiği unsurlar belki de sayılamayacak kadar çoktur. En geniş bir anlatımla, toplumun ve bireyin yaşamında belirli bir rolü veya etkisi olan her madde ve değer, kültürün kapsamına girmektedir. Aynı zamanda maddi nesnelere yaratmak için gereken bilgi ve teknik, kültürün kurucu öğeleridir (Tolan, 2005: 228; Bölükbaş ve Keskin, 2010: 222; Okur ve Keskin, 2013: 1622). Kültürü oluşturan unsurların oluşturduğu bütün kültür içinde çeşitli lehçeler, teknolojiler, dinler, ideolojiler, ekonomik kurumlar arasında tam bir uyum bulunamaz. Bu nedenle bir bütün olarak kültürün içindeki alt kültürlerin kendine özgü değerleri,

normları ve tutumları bulunabilmektedir (Chacko, 2003: 1088; Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2012: 81).

Kültür; bireylerin sonradan kazanımla edindiği ve çeşitli yollarla toplumdaki diğer bireylere ve kendilerinden sonraki kuşaklara ilettikleri maddi ve manevi öğeleri kapsayan bir kavram olarak ifade edilmektedir. Kültür öğelerini maddi ve manevi diye iki kısma ayırmak gerekirse; birinci kısımda insan eliyle yapılmış maddeler ile insanın yarattığı teknik ve malzemeleri sıralamak, ikinci kısımda elle tutulmayan, maddi olmayan elemanları lisan, yönetim sistemleri, aile şekilleri, din, eğlence şekilleri, mitoloji ve sanatları dâhil etmek mümkündür (Hünerel ve Er, 2012: 181; Aslan, 2013: 114-115). Maddi kültür genel olarak; araç ve gereç, teknik donanımlar, üretim araçları gibi sıralanabilecek maddi yapılardır. Maddi kültür bir anlamda manevi kültürün dışında kalan somut özellik gösteren bir kavramdır. Manevi kültür ise; inançlar, değerler, semboller (şekiller), normlar şeklinde ifade edilebilir. Normlar da, folklor, örf ve âdetler, kanunlar şeklinde ele alınabilir (Erkal, 2012: 142-143). Kültürün içeriğini, Bahar (2011: 111), Tablo 3'deki gibi özetlemiştir.

Tablo 3. Kültürün İçeriği

Düşünceler Fikirler	Yapma Normlar	Sahip Olma Maddi Unsurlar
<ul style="list-style-type: none">• İdeolojiler• İlmî gerçekler• Dini inançlar ve pratikler<ul style="list-style-type: none">• Mitler• Efsaneler• Batıl inançlar• Vecizeler• Atasözleri• Folklor	<ul style="list-style-type: none">• Teknolojiler• Kanunlar• Hükümler• Kaideler• Yönetmelikler<ul style="list-style-type: none">• Âdetler• Örf – Töre• Görenekler• Gelenekler• Yasaklar (Tabular)<ul style="list-style-type: none">• Ayinler• Dini törenler ve pratikler<ul style="list-style-type: none">• Törenler• Moda• Sosyal kaideler• Adab-ı muaşeret kaideleri	<ul style="list-style-type: none">• Makineler• Aletler• Araçlar• Binalar• Yollar• Köprüler• Sanat eserleri<ul style="list-style-type: none">• Elbiseler• Taşıtlar• Mobilya• Gıda maddeleri<ul style="list-style-type: none">• İlaçlar• Modern tıp

Kaynak: Bahar, Halil İbrahim. (2011). *Sosyoloji*. (4. Baskı). İstanbul: Hayat Yayın Grubu, s: 111.

Tablo 3’de de incelendiği üzere; bir toplumun kültürel sürecini söz konusu toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal oluşumlarından bağımsız olarak düşünmek güçtür (Connor, 2001: 270; Özdemir, 2009: 412). Sosyal kurumların karşılıklı etkileşme ve bütünleşmeleri sonunda sosyo-kültürel yapı oluşur. Sosyo-kültürel yapıların temel malzemesi kültürdür. Her milletin kendine özgü kültürü, tarih içinde tekrarlanan görenek, gelenek, adet, örf gibi unsurların hepsinin bileşkesinden oluşmuştur. Âdetler, örfler, gelenekler ve görenekler “temel kültür unsurları” olarak adlandırılır ve insanların duygularına, düşüncelerine ve davranışlarına doğrudan doğruya tesir ederler (Rızaoğlu ve Ayyıldız, 2008: 8; Bahar, 2011: 111-112; Altın Gülova ve Demirsoy, 2012: 51; Üsküdar, Çakır ve Temizkan, 2014: 68). Temel kültür unsuru olarak nitelendirilebilecek olan manevi kültür öğelerinden ilgili yazında en fazla yer edinmiş olan; örf ve âdet, değerler, inançlar, semboller ve dilin açıklanmasında yarar görülmektedir.

Örf ve Âdet: Âdetler, toplum tarafından benimsenmiş ve yaygın bir şekilde sergilenen davranış şekilleridir. İnsanın sosyal bir varlık olduğu göz önünde bulundurulduğunda, toplumdaki âdetlere genellikle bireyler farkına varmadan uymaktadır (Erkal, 2012: 14). Topluma göre yasa ve ahlâk gibi de düşünülebilen, ancak gerçekte kanun gibi bir yasal yaptırım olmayan davranış kalıplarıdır (Aslan, 2013: 115).

Değerler: Değerler yapıları gereği toplumun kültürel bilgi birikimidir (Özkan, 2014: 201), kültürün özünü oluşturmaktadırlar (Ay, 2005: 33). Değerler, davranışların oluşturulmasında, neyin doğru, neyin yanlış olduğunu belirten kavramlardır. Başta ahlâksal değerler olmak üzere; bireyler tümü ile bu değer yargılarından etkilenmektedir (Fichter, 1990: 136-139; Bozağaçlı, 2010: 143).

Değerler onu kabul eden bir toplum için üstün ve mutlak bir özellik göstermektedir. Bütün toplumlar, iyi ve kötüyü, güzel ve çirkini, ayıp olanla olmayanı kendine göre tanımlamaktadırlar (Mendras, 2009: 103-104). Her toplumun kendine göre yapmış olduğu bu sınıflandırmada kuşkusuz ki değerlerin büyük bir rolü bulunmaktadır. Söz konusu sınıflandırma, toplumun sahip olduğu değerler etrafında çerçevelenmektedir.

İnançlar: İnançlar, genel olarak toplumu oluşturan bireyler tarafından dünya hakkında paylaşılan fikirlerdir. Bireyler, sağduyuyu, dini, bilimi ya da bunların

karışımını inançları olarak temel alabilirler (Bozkurt, 2013: 97). İnançlar, kültürden kültüre değişim gösterse de bilinen tüm toplumlarda dinin varlığı söz konusudur (Giddens, 2000: 126). Bir kültürde yer alan inançlar, geçmişin yorumlanmasına, mevcut durumun açıklanmasına ve geleceğin kestirilmesine yararmaktadır (Ünal, 2008: 93).

Semboller: Her kültürün kendisine ait bayrak ve amblem gibi çok sayıda sembolü vardır. Genel olarak toplumlarda bulunan en önemli semboller, kültürel yaşantının simgeleri olarak rol üstlenmiştir (Bozkurt, 2013: 98). Aynı zamanda semboller, anlam ifade etmekten ziyade, toplumlara anlam yaratma kapasitesi sağlamaktadırlar (Cohen, 2006: 111).

Dil: Dil, kültürün aktarılmasını sağlayan en önemli kültür yaratıcı unsurdur. Aynı zamanda, dil, insanlığın kültürel mirasının temel ayırt edici özelliğidir ve kültürü gelecek nesillere aktaran bir zincir görevi üstlenmektedir (Bölükbaş ve Keskin, 2010: 222; Bozkurt, 2013: 100-101). Ayrıca, farklı bireyler ile iletişim kurabilmek için de onların dilini bilmek büyük önem arz etmektedir.

Kültür, toplumu oluşturan insanlar tarafından ortaya atılan kurallarla bütünleşmiş ve eşanlam yüklenmiş bir kavramdır (Gramatica, 2005: 47). Samovar, Porter ve McDaniel (2012: 423) bireyin sadece kendi kültürünü değil, iletişim ve etkileşim içerisinde bulunduğu, farklı dünya görüşüne sahip bireyin kültürünü de bilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Böylelikle kültürün şekillenmesinde büyük bir rol oynayan maddi ve manevi kültürel öğelerinin, taşıdıkları anlamların bilinmesi ve yerinde kullanılan ifadeler ile farklı kültürlerle sahip olan bireylerin iletişimlerinde olumlu katkılar yapabilecektir.

2.1.4. Kültür Çeşitleri

Genel olarak insanların dünyaya bakış açılarını ifade etmeye yarayan kültür, bireylerin geçmişten edindikleri bilgiler ve geleceğe aktardıkları olgular bütünü olmasının yanı sıra geliştirilebilir bir yapıya da sahiptir (Ünlü, 2012: 78). Bir toplumun sahip olduğu kültürü ne kadar ortak özellikler gösterse de, mutlak suretle belirli bir takım farklılıklar söz konusu olmaktadır. Farklı bir anlatımla; bir toplumun her grubu

tek bir şekil ve içerikte bulunmamaktadır. Bir toplumun sahip olduğu ana kültüründen farklı, çeşitli alt kültür kalıpları da mevcuttur. Bunlar temel kültürün alt bölümleridir ve alt kültürlerin kaynakları; etnik köken, bölgesel ayrımlar ve dinsel bağılıklar gibi çok çeşitli nedenlere bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir (Özaydın, 2010: 16-18). Bu kapsamda aşağıdaki kısımda; ana kültürün kendi içerisinde ayrıldığı; yaygınlık derecesine göre, kültür unsurlarının birleşimine göre, kültürün kabul edilip edilmeme derecesine göre ve öğrenilme zamanına göre oluşan kültür çeşitleri incelenmektedir.

2.1.4.1. Yaygınlık Derecesine Göre Oluşan Kültür Çeşitleri

Yaygınlık derecesine göre oluşan kültür çeşitleri; genel kültür ve alt kültür olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Penpece, 2006: 66; Esinbay, 2008: 16; Macit, 2010: 12-13; Şahin, 2012: 47). Genel kültür; bir toplumun sahip olduğu kültür olarak düşünülürse, ne kadar toplum varsa o kadar genel kültür vardır denilebilmektedir. Her grubun bünyesinde yaşadığı ülke veya toplumun genel kültür bütünü içinde; etnik, dini, tarihi, ekonomik, yerel ve mesleki nedenlerle farklılık gösteren çeşitli diller, çocuk yetiştirme tarzları, hayat ve dünya görüşleri, yaşama biçimleri vardır. Bu farklı kültürel yönler de alt kültür adı verilmektedir (Erşanlı, 2012: 120). Silah (2002: 294), alt kültürlerin, genel kültür içinde yer aldığını ve genel kültürün, alt kültürlerin toplamı anlamına geldiğini ifade etmiştir. Alt kültür; yörelere göre genel kültür kalıbından temel özellikler itibarıyla fazla farklılık göstermeyen derece farklarını, çeşitliliklerini kapsamaktadır (Erkal, 2012: 148) ve bireylerin toplumsal kategorilere göre farklılık gösteren yaşam tarzıdır (Bozkurt, 2013: 105).

Toplumda genel kültürün, egemen kültür dışında toplumun bazı kesimlerinin kendilerine özgü geliştirmiş oldukları kültüre “alt kültür” adı verilmektedir. Alt kültürlerin de kendilerine özgü norm, değer ve tutumları vardır. Örneğin, içinde buldukları toplumdaki daha farklı davranışlar sergileyen bir aile alt kültür oluşturabilir. Alt kültüre sahip olan kesimler, içinde buldukları toplumun kültüründen az veya çok olarak farklılaşmışlar ve ana kültürden uzaklaşmışlardır. Alt kültür tartışmaları daha çok Amerika, Avustralya, Kanada ve Batı Avrupa devletlerindeki bazı sınıf ve grupların kültürleri için söz konusudur. Amerika’da zenciler, her toplumdaki bazı gençlik grupları, Avrupa’da yaşayan Türkler kendi alt

kültürlerini oluşturmaktadırlar (Bahar, 2011: 97-99). Anbarlı Bozatay'ın (2011: 47-48) ve Tischler'in (2013: 61-62), yapmış oldukları alt kültür sınıflandırmaları ise şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Etnik Alt Kültürler: Bazı göçmen grupları, grup kimliklerini ve geleneklerini sürdürmektedirler.
- Mesleki Alt Kültürler: Meslekleri itibariyle ayırt edici yaşam tarzlarına sahiptirler.
- Dini Alt Kültürler: Belirli dini gruplar, dini yaşayışlarıyla hakim topluluk tarafından sürekli olarak ayrı kabul edilirler.
- Politik Alt Kültürler: Küçük marjinal politik gruplar, üyelerine farklı bir yaşam biçimi önerirler.
- Coğrafi Alt Kültürler: Bölgesel farklılıklara dayalı kültürler, oldukça büyük alt kültürleri oluştururlar.
- Sosyal Sınıf Alt Kültürleri: Kültürel farklılıklar sosyal sınıflar arasında da ortaya çıkabilir. Sosyal sınıflar, aile yapılarını, değerlerini ve normlarını çocuklarına, o sosyal sınıfın alt kültür terminolojisinin kalıplarıyla aktarırlar.
- Sapkın Alt Kültürler: Suçlular, ilaç kullananlar sosyologlar tarafından sapkın alt kültürler olarak tanımlanmaktadır.

Alt kültürün bir parçası olan biri, toplumda kabul görmek için, alt kültürün belirlediği kalıp ve kurallara riayet etmeye çalışmaktadır. Eğer kurallara uyma konusunda eksik kalırsa, grup dışarısında tutulabilmektedir. Söz konusu kuralların hiçbir yazılı belgede bulunmamasına rağmen, genel olarak alt kültür içerisinde yer alan bireyler tarafından bilinmekte ve uygulanmaktadır (Penpece, 2006: 66-67).

2.1.4.2. Kültür Unsurlarının Birleşimine Göre Oluşan Kültür Çeşitleri

Kültür, en geniş biçimiyle insanların toplumsal gelişim içinde meydana getirdikleri maddi ve manevi öğelerin, hayat tarzlarında meydana getirdiği simetrik durumlar olarak ifade edilebilmektedir (Abay, 2003: 1; Erkenekli, 2013: 152). Kültür, tanımından da anlaşılacağı gibi, onu oluşturan unsurların birleşimine göre, maddi kültür ve manevi kültür olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Arslanoğlu, 2001: 253;

Çavdarıcı, 2002: 74; Güçlü, 2003: 148; Meydan ve Polat, 2010: 126; Tazebay ve Akpınar, 2010: 243; Erkal, 2012: 142-143).

Maddi kültür; bir toplumun kullandığı kap-kacak, giyim eşyaları, her türlü alet, teknik araçlar, makineler ve fabrikalardır. Manevi kültür ise; bir toplumun en başta dili, edebiyatı, sanatı, bilimi, felsefesi, halk inançları ve halk kültürü, örf ve adetleri, ahlâk kuralları, normları, düşün şekilleri, yemek yeme şekilleridir. Bu iki kültür arasında da önemli ilişkiler mevcuttur. (Arslanoğlu, 2001: 253; Meydan ve Polat, 2010: 126). Manevi kültür kavramına bakıldığında; toplumdaki değer yargıları, gelenek ve görenek anlayışları ortaya çıkmaktadır. Maddi kültür unsurları ise; insanın doğaya egemen olmasında yarar sağlayan teknik araç ve gereçleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Doğan, 2006: 5-6; Aydın, 2007: 72). İnsanın yarattığı bütün araç ve gereçler maddi kültüre; yine insanın yarattığı bütün anlamlı, değerler, kurallar manevi kültüre örnektir. Manevi kültüre sadece kültür, maddi kültüre ise medeniyet de denilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak da; maddi kültür de manevi kültüre göre daha çabuk değişebilmektedir (Çavdarıcı, 2002: 74; Güçlü, 2003: 148; Erkal, 2012: 142-143; Erkenekli, 2013: 152).

Yukarıda açıklanan maddi ve manevi kültür unsurlarının tanımlarından hareketle; kültürün genel olarak, toplumda bireylerin etkileşimi yoluyla, kuşaklar boyu aktarıldığını ve gerek topluma gerekse toplumu oluşturan bireye kimlik kazandırarak diğer toplumlardan farklılaştırdığını söylemek mümkün olabilmektedir (Şahin, 2011b: 246).

2.1.4.3. Kültürün Kabul Edilip Edilmeme Derecesine Göre Oluşan Kültür Çeşidi

Genel olarak yaygınlık derecesine göre sınıflandırılan bir kültür çeşidi olan alt kültür, genel kültürü kabul etmektedir. Karşı kültür ise genel kültürü reddetmektedir. Söz konusu kültürün kabul edilmediği durumlarda ise; karşı kültür ortaya çıkmaktadır. Toplumda yaygın olarak kabul edilmiş kültüre karşı olan kültürel kalıplara, karşı kültür denilmektedir. Karşı kültür, kişi veya kişilerin toplumdaki egemen olan kültürlere bazı zamanlar karşı olmaları sonucu ortaya çıkan bir kültürdür. (Macit, 2010: 13; Bahar, 2011: 98-99; Oğuz, 2011: 129).

Alt kültürler genelde hâkim kültüre karşı değildir, hatta hâkim kültürle çok sayıda elemanı paylaşarak ahenk içinde yaşamaktadırlar. Karşı kültür ise; hâkim kültüre bir isyan niteliğindedir. Bazen karşı kültürler alt kültürlerin hâkim kültüre karşı direnmek için resmi ya da gayri resmi şekilde örgütlenmelerinden de meydana gelebilmektedir (Şahin, 2012: 52).

Alt kültürler, içinde yaşadıkları toplumun egemen kültürleriyle özellikle doğrudan bir karşıtlık içinde olup, o toplumun en önemli değer ve normlarını reddedebilir, bunun tam zıddı olan değer ve normları benimseyebilir ve bu durumda karşı kültür diye adlandırılmaktadırlar. Bir diğer ifade ile karşı kültür, çoğunluğun davranış kalıplarını ve geleneksel değerleri reddetmektedir. Karşı kültür kavramı en yaygın şekilde, 1968'de görülen gençlik çatışmalarıyla özdeşleştirilen, insan kişiliğine yeterince önem vermeyen kapitalizme karşı başkaldırı niteliği taşıyan öğrenci ve hippie kültürleri için kullanılmıştır. Almanya'da yeni Neo-Nazi hareketleri, modernleşmeye tepki olarak doğan yeni yapay dini hareketler, Mısır'da Müslüman Kardeşler Teşkilatı, ABD'de Ku Klux Klan grupları ve Türkiye'de İstanbul Bağdat Caddesi gençliği, Ankara Tunalı Hilmi Caddesi gençliği ve satanistler buna birer örnektir (Ercins, 2009: 501; Anbarlı Bozatay, 2011: 46; Erkal, 2012: 148-149; Bozkurt, 2013: 105-106).

2.1.4.4. Öğrenilme Zamanına Göre Oluşan Kültür Çeşitleri

Kültür; belli bir dili, tarihi ve coğrafi bölgeyi paylaşanlar arasında algılama, inanma, değerlendirme ve iletişim kurma standartlarını sağlayan paylaşılan unsurların bütünüdür (Triandis, 1996: 408). Kültür öğrenilme zamanına göre; sonradan kazanılan kültür (postfigurative), birlikte oluşan kültür (configurative) ve önceden oluşan kültür (prefigurative) olmak üzere üç kategoriye ayrılmaktadır (Can Mutlu, 2000: 295; Şimşek, Akgemici ve Çelik, 2001: 29; Penpece, 2006: 68; Yüksel, 2006: 170; Esinbay, 2008: 17; Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008: 328-329; Can, 2012: 233; Şahin, 2012: 50-51):

1) Sonradan Kazanılan (Postfigurative) Kültür: Kişinin atalarından öğrenmiş olduğu kültürdür. Toplum üyeleri genellikle bu kültürü yavaş yavaş öğrenir ve kültüre karşı gelmez. Daha çok ilkel toplumlarda geçerli olan bir kültürdür.

2) Birlikte-Eş Zamanlı Oluşan (Configurative) Kültür: Toplu yaşamda insanların birlikte olmaları sonucu öğrenilen bir kültür biçimidir. Bireyin yaşlılarından öğrendiği kültürdür. Bu kültür çeşidinde yaşlılar gençler için davranış modeli oluşturmaktadırlar. Bu kültürde yaşlıların hâkim olduğu, birlikte oluşumu sınırlayarak, gençlerin davranışlarını belirledikleri görülmektedir. Bu kültür biçiminde temel nokta, yaşlıların yeni nesil için örnek bir davranış modelleri oluşturmalarıdır.

3) Önceden Oluşan (Prefigurative) Kültür: Bu tip kültürün kazanılma zamanı daha ileri yaşlardır. Yaşlıların gençlerden öğrendikleri kültüre verilen addır ve yaşlıların, gençlerin yarattığı kültürel değerleri benimsemesi yani, yeni ve eski kültürün birleşmesidir. Bu durum, eski kültürün önemli kısımlarının saklandığı, ancak yeni kuşağın yeni kültürel değerler yaratarak bu değerler ileri yaştakilere benimsetmesi, eski kültür ile yeni kültürün birleştirilmesi halidir.

Bireyler, toplumsal yaşamları süresince, kendilerini ifade edebilmek adına devamlı öğrenme faaliyetleri içerisinde bulunacaklardır. İnsanlığın var olduğu müddetçe öğrenme süreci de devam edecektir ve bireylerin davranışlarını şekillendiren etkenin de öğrenme süresince kazanılan deneyimler olacağını söylemek mümkün olabilecektir.

2.1.5. Kültürel Farklılıklara İlişkin Teoriler

Sosyal bilimler alanında çok farklı teorik yaklaşımlardan söz etmek mümkündür (Kümbetoğlu, 2012: 15). Sosyoloji ve antropoloji, ilgi alanına giren; “kültür”ü, bir toplumun bütün hayatı ve yaşam tarzı olarak görmektedir. Ziya Gökalp’le birlikte öne çıkan kavram ise ‘millî kültür’dür; ‘millî’ nitelemesinin öne çıkması, çok milletlilik esasına dayanan imparatorluk yapısı çözüldürken, ufukta görünen millî devletin dayanağı olacak ‘millet’ kültürünü kurma ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Bu anlamda millî kültür, ortak değerler ve amaçlar etrafında yeni bir sosyal yapılanmayı ve milleti kapsayan bir birleştiriciliği ifade etmektedir (Çelik, 2006: 47; Göker ve Meşe, 2011: 66).

Çevresindeki uzak-yakın öteki toplumlarla alışveriş içerisinde bulunan açık bir sistem olan ülkeler arasındaki kültürleri (Duran, 2011: 295), anlamada birçok yöntem

bulunmaktadır. Ancak öncelikle belirtmek gerekir ki; ülke ile kültür aynı anlama gelmeyebilir. Bir başka ifadeyle bir ülke, bir kültürü ifade etmeyebilir. Çin, Hindistan, Rusya, ABD gibi büyük nüfusa sahip ülkeler, geniş bir kültürel çeşitlilik içermektedirler. Diğer taraftan eski Yugoslavya, Belçika, Kanada ve Güney Afrika gibi daha küçük ülkelerde de farklı kültürler ya da alt kültürler görülebilmektedir.

Genel olarak kültür, bir toplumda yaşayan insanların ortak çalışmalarının ürünüdür, bireyler arasındaki haberleşme sistemidir ve toplumda var olan davranışların bütünüdür (Ergun, 2013: 272). Kültür, gündelik yaşam pratikleri, ideolojiler, ritüeller, söylemler gibi unsurları içermekte ve insanın üretime ve tarihe katılımlarının tüm biçimlerini kapsamaktadır (Sepetci, 2012: 4723). Aynı zamanda, kültür; toplumlarda yılların birikimi olarak doğal ve sonradan kazanılmış özelliklerle gelişimini tamamlamaktadır. Bu durumu, Talas ve Yalçınkaya'nın (2013: 677) ifadeleri ile aşağıdaki gibi özetleyebilmek mümkündür:

“Kültür olgusunu daha iyi kavrayabilmek için bir ülkenin bulunduğu coğrafi bölge ile ülke tarihinin önemli olaylarının göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Tüketici davranışlarını belirleyen toplumsal yaşam biçimleri, milletlerin komşularıyla yüzyıllar boyu süren komşuluk ilişkileri ve küresel egemen güçlerle ilişkilerin biçim ve yoğunluğu önemli bir rol oynar. Coğrafya ve tarihin kültür oluşumu üzerindeki önemini vurgulamak için bir örnek vermek gerekirse; 1948 yılında Filistin toprakları üzerinde kurulan İsrail devletinin bugüne kadar komşularıyla genel olarak çatışma ve savaş halinde olması, İsrail kültürünün şekillenmesinde çok önemli bir etken olmuştur.”

Özet olarak; bir toplumun kültürünü ve toplumlar arasındaki kültürel farklılıkları anlamak çok önemlidir. Kültürel farklılıklar, her bireyin farklı davranması sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Reisinger ve Turner, 1997: 141). Kültürel grupları anlamak konusunda; zaman zaman güçlüklerle karşılaşmaktadır ve çoğu kez konu etraflıca araştırılmadan basmakalıp (stereotype) olarak genelleme yapılmaktadır. Oysa bu doğru bir değerlendirme değildir (Aydın, 2007: 43-44). Tayeb (1994: 429), kültürel değerlerin ve davranışların birbirinden farklılık gösterebileceğini ve hatta aynı ülkede, aynı sınırlar altında bulunan grupların kültürlerinin de birbirinden farklı olabileceğini ifade etmiştir. Bu doğrultuda, bu alt bölümde, kültürün gelişme

sürecinin farklı boyutlarını dikkate alan kültürel farklılıkları ifade etmeye yarayan farklı teoriler incelenecektir.

2.1.5.1. Hofstede Kültürel Boyutlar Teorisi

Toplumunu oluşturan ve paylaşan bireyler, çeşitli yönlerden (ırk, dil, din, kültür, ülke, sosyal grup vb.) birbirinden farklılaşan toplum, ulus, grup ve kültürlerin üyeleri olarak yaşantılarını sürdürmektedirler (Şişman, 2007: 44). Hofstede (1991) tarafından, yaşam süreci içinde kazanılan ve bir toplumu diğerlerinden ayıran beşeri düşünce sisteminin toplu bir programlanması olarak (Öğüt ve Kocabacak, 2008: 147); “akıl yazılımı” (*software of the mind*) ve “zihinsel programlama” (*mental programming*) biçiminde görülen kültürün, bireylerin davranışının şekillenmesinde önemli bir rol oynamasının yanında (Saraç ve Arıkan, 2010: 46; Sıgır ve Topçu, 2012: 214, Pazarlık, 2013: 150), bir bireyin sahip olduğu zihinsel programını ve o an içinde bulunduğu durumun bilinmesi, onunla ilgili öngörülerin daha güvenilir ve sağlıklı şekilde anlaşılacağı vurgulanmaktadır (Aşkan ve Yalçınkaya, 2010: 22).

Farklı ülkelerin ulusal kültürlerindeki fark ve benzerliklerini ortaya koymak, belli bir alan içinde aynı dili ve diyalektiği paylaşan insanlar arasında paylaşılan değerler ve kültürel değerlerin işletmelerdeki insanların tutum ve davranışlarını nasıl etkilediğini belirlemek amacıyla Geert Hofstede, ilk kez 1980 yılında ortaya attığı, “kültürel değer boyutları” teorisinde, 72 farklı ülkede faaliyet gösteren uluslararası IBM işletmesinin 116.000 çalışanı arasında yaptığı araştırma sonuçlarına dayanarak kültürel değerleri dört farklı boyutta ele almayı önermiştir. Hofstede, ülkeler, meslekler ve cinsiyetler arasında önemli farklılıklar ve benzer ülke kümelenmeleri bularak daha önce yapılan çalışmaları da doğrulamıştır. İlgili yazında en fazla kullanılan ve kendine yer edinen, Hofstede’in değişkenlerin % 50’den fazlasını esas alarak belirlediği dört farklı boyut şöyledir (Salter ve Nishwander, 1995: 381; Dahawy, Merino ve Conover, 2002: 207; Rosenbloom ve Larsen 2003: 309; Chanchani ve Willet, 2004: 131; Cohen, 2006: 108; Özdemir, 2006: 39; Aydın, 2007: 55-56; Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 69; Moustafa, Scotter ve Pakdil, 2007: 823; Duygulu, 2008: 102; Kaya, 2008: 122; Erkenekli, 2011: 1; Şahin, 2011a: 35; Şekerli ve Gerede, 2011: 20; Magnini vd, 2012: 252; Meshksar, 2012: 37;

Dursun, 2013: 52; Erdem ve Tuğcu, 2013: 5; Koçoğlu, 2013: 2; Elgin ve Mamatoğlu, 2014: 7):

- Bireysellik-Toplumsallık
- Erillik-Dişillik
- Güç mesafesi
- Risk Alma-Belirsizlikten Kaçınma

Kültürel boyutlar, bireylerin, farklı kültüre sahip olan bireylere oranla farklılıklara sahip olmaları ile değişik tutum ve davranış göstermelerini ifade etmektedir (Ünal ve Çelik, 2008: 40). Hofstede'in iş değerleri ve örgüt kültürü boyutları üzerinde incelediği çalışmasında (Gürdoğan ve Yavuz, 2013: 58), yer alan teorik altyapıya göre; ulusal kültür diğer örgütsel ve çevresel etkileri bastırabilecek düzeyde işletmelerdeki uygulamalar üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Baltacı, 2014: 721). Farklı kültürel gruplar, kendi kültürlerinin gerektirdiği nitelikler ve belirleyiciler konusunda farklı algılamalara da sahip olabilmektedirler. Bu farklı algılamalardan yola çıkıldığında, çoğu kültürün özelliği ve bireylerin sergiledikleri davranışlarının değerlendirilmesi büyük farklılıklar gösterebilmektedir (Keleş ve Kırıl Özkan, 2010: 66). Bu kapsamda kültürel farklılıkları açıklamada kullanılan teorinin dört farklı boyutu ayrı ayrı incelenecektir.

2.1.5.1.1. Bireysellik-Toplumsallık

Kültürel farklılaşmaları açıklayabilmek üzere yapılan çalışmalar sonucunda bireysellik ve toplumsallık önemli bir boyut olarak ortaya çıkmış, birçok yazar tarafından en çok incelenen farklılaşma konusu olmuştur (Wasti ve Eser, 2007: 251; Erdoğan ve AYTEKİN, 2012: 2522). İlgili literatürde, bireyselliği ve toplumsallığı karşıt uçlar gibi ele alan (Erdem, 2007: 682; İmamoğlu, Günaydın ve Selçuk, 2011: 28) boyutta; bireylerin kendi amaçlarını, kendi gruplarının amaçlarının üzerinde tutması bireyselliği; kendilerini ailelerinin veya diğer önemli toplulukların bir parçası olarak görüp, topluluğun çıkarlarını kendi çıkarlarının önünde tutmaları ise toplumsallığı ifade etmektedir (Bakan, 2008: 7; Yeşil, 2012: 48). Kültürün bu boyutunda, bireyin ait olduğu toplumun ihtiyaçlarına karşı bağlılığı çok kuvvetli

değildir (Soares, Farhangmehr ve Shoham, 2007: 280). Bireysel kültürlerdeki kişisel hedeflerin öncelik durumlarının tersine toplumsal kültürlerde öncelik işbirlikçi hareket ve çalışmalardan oluşmaktadır (Fiş ve Wasti, 2009: 137). Toplumsal kültürü bireysel kültürden ayıran temel özellik; toplumsal kültürde kişinin kendisini bir grubun parçası olarak görmesidir ve aynı zamanda da bireysel amaç ve davranışların grup beklentileri ile uyumlu olmasını sağlamak arzudur (Wasti ve Eser Erdil, 2007: 40).

Yapılan bir çalışmada, çeşitli araştırmalarda ortaya çıkan toplumsallığın farklı türlerinden yola çıkarak (toplumsal yapıların Yunan ve Güney İtalya'da aile yönelimli, Japonya'da iş temelli ve Ortadoğu ve Arap ülkelerinde ise etnik ve dinsel odaklı olması), "hiyerarşik toplumsallık yapısı" adı verilen modelde toplumsallık üç farklı boyuta ayrılmıştır. Bunlar Tablo 4'te görüldüğü gibi; aile temelli (familism), arkadaşlık temelli (companionship) ve toplum temelli toplumsallıktır (patriotism) (Erdem, 2007: 682).

Tablo 4. Toplumsallık Türleri

TOPLUMSALLIK		
Aile Temelli	Arkadaş Temelli	Toplum Temelli
Aile merkezli yaşam, kararlarda aile etkisi	Komşulara, iş arkadaşlarına ve dostlara ilgi gösterme	Kendini topluma adama, toplumla bütünleştirme
Aile fertleri arasında dayanışma	Kararlarda arkadaşlar etkisi	Ulusal çıkarları her şeyin üzerinde tutma
Büyük aile yapıları, güçlü aile bağları	Arkadaşlar arası yardımlaşma ve dayanışma	Toplum çıkarları için rahatlığından ödün verme

Kaynak: Erdem, Ramazan. (2007). Türk Toplumunda Kolektivist Yönelimler ve Öğretmenler Üzerinde Bir Çalışma. XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 681-687. (uyarlanmıştır).

Tablo 4'te yer alan bilgilere göre; aile temelli toplumsallık, bir kişinin yaşamını ailesine adanması, ailesine kişisel isteklerinden daha fazla ilgi göstermesini ifade etmektedir. Arkadaşlık temelli toplumsallık, bir kişinin dostları ve iş arkadaşları

arasındaki sıkı bağları ifade etmektedir. Toplum temelli toplumsallık ise; bir kişinin toplumun lehine olacak işler için kendi çıkarlarından ödün vermesini ifade etmektedir (Erdem, 2007: 683). Bu bağlamda bireysel kültürlerde kısa vadeli ve içtenlik bulunmayan sosyal etkileşimler kurulurken, toplumsal kültürlerde uzun vadeli ve yoğun etkileşimler ön plana çıkmaktadır (Şahin Fırat, 2010: 75; Özdil vd, 2014: 79). Bu kapsamda incelenmesi gereken Hofstede'in gerçekleştirmiş olduğu; ülkelerin bireysellik-toplumsallık, erillik-dişillik, güç mesafeleri ve belirsizlikten kaçınma sıralamalarıdır. Çalışmanın amacına uygun olarak söz konusu ülke sıralamalarında sadece Almanya'nın ve Rusya'nın puanları irdelenmiştir. Öncelikle incelenen ülkelerin bireysellik-toplumsallık sıralamaları aşağıdaki Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Ülkelerin Bireysellik Sıralaması

Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor
Yüksek Düzey Bireysellik			Orta Düzey Bireysellik			Düşük Düzey Bireysellik	
ABD	91	Finlandiya	63	Jamaika	39	Batı Afrika	20
Avustralya	90	Polonya	60	Arap Dün.	38	Singapur	20
İngiltere	89	Estonya	60	Brezilya	38	Vietnam	20
Macaristan	80	Lüksemburg	60	Türkiye	37	Tayland	20
Kanada	80	Malta	59	Uruguay	36	El Salvador	19
Hollanda	80	Çek Cum.	58	Yunanistan	35	Güney Kore	18
Yeni Zel.	79	Avusturya	55	Filipinler	32	Tayvan	17
İtalya	76	İsrail	54	Romanya	30	Peru	16
Belçika	75	Slovakya	52	Meksika	30	Trinidad	16
Danimarka	74	İspanya	51	Bulgaristan	30	Kosta Rika	15
Fransa	71	Hindistan	48	D. Afrika	27	Endonezya	14
İsviçre	71	Surinam	47	Portekiz	27	Pakistan	14
İrlanda	70	Fas	46	Malezya	26	Kolombiya	13
Norveç	69	Japonya	46	Hong Kon	25	Venezuela	12
İsviçre	68	Arjantin	46	Şili	23	Panama	11
Almanya	67	İran	41	Bangladeş	20	Ekvator	8
G. Afrika	65	Rusya	39	Çin	20	Guatemala	6
Yüksek skor yüksek bireysellik anlamına gelir.							
Range: 85 (Maksimum: 91 - Minimum:6); Ortalama: 43,4; Std. Sapma: 24,1							

Kaynak: Halis, Muhsin, Şenkal, Abdülkadir ve Türkay, Oğuz. (2010). Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar. *Journal of Azerbaijani Studies*, s. 452.

Tablo 5'te yer alan bilgiler ışığında; bireysellik katsayısı yüksek olan toplumlarda bireyler, kendilerini üyesi oldukları gruptan daha önemli bir yerde konumlandırmaktadırlar. Bireyler arasındaki ilişkiler zayıftır ve bireylerin kendi çıkarları doğrultusunda davranmaları olağan karşılanmaktadır. Bireysellik katsayıları düşük olan toplumlarda ise, bireyler kendilerinden önce bağlı oldukları grubun çıkarlarını gözetmektedirler (Halis vd, 2010: 451-452). Hofstede'in sunduğu veriler doğrultusunda; Almanların 67 puanla, Ruslara göre daha bireyci bir toplum olma özelliği gösterdiği söylenebilmektedir. Yine Rusların 39 puan ile genel içerisinde, orta düzeyde bireyci bir toplum oldukları gözlemlenmektedir.

2.1.5.1.2. Erillik-Dişillik

Erillik-dişillik boyutu ise toplumdaki cinsiyetlere yüklenen rolleri ifade etmektedir (Bakan, 2008: 7). Kadınlar ve erkeklerin biyolojik farklılıklarından dolayı, toplum içindeki ya da iş hayatındaki rollerine yapılan atıflardır (Birsell, İslamoğlu ve Börü, 2009: 248; Yeşil, 2012: 55). Bu boyut ile ilgili ayırma bakıldığında, eril kültürler kadın ve erkek rollerinin sosyal olarak çok açık olarak ayrıldığı (erkeklerin iddiacı, sert ve maddi kazanca odaklı, kadınların ise daha alçakgönüllü, yumuşak yaşam kalitesi ile daha ilgili olmalarının beklendiği), dişil kültürler ise kadın ve erkek rollerinin birbiri ile çakıştığı kültürler olduğu gözlemlenmektedir (İslamoğlu, Birsell ve Börü, 2007: 688-689). İnsanlar arası ilişkilere ve insana verilen önemin yanı sıra, yaşamın genel niteliğini önde tutmak biçiminde ortaya çıkan değerler dişil kültürü simgelemektedir. Bir toplumun dişil olması durumunda, belirginleşen değerler; şefkatli, merhametli, nazik, sadık, insanlara karşı sevgi dolu, anlayışlı ve sıcak olmaktır (Sığırı ve Tıǧlı, 2006: 330-331). Eril bir toplumda; iddiacılık, performans, başarı ve rekabet gibi değerler; hayatın kalitesi, sıcak ilişkiler kurma, zayıfları kollama, dayanışma gibi değerlerden daha baskındır (Çarıkçı ve Atila, 2009: 54). Ülkelerin erillik-dişillik sıralamalarına Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6. Ülkelerin Erillik-Dişillik Sıralaması

Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor
Yüksek Düzey Erillik		Orta Düzey Erillik			Düşük Düzey Erillik		
Slovakya	110	G. Afrika	63	Lüksemburg	50	Vietnam	40
Japonya	95	ABD	62	Brezilya	49	El Salvador	40
Macaristan	88	Avustralya	61	Singapur	48	G. Kore	39
Avusturya	79	Trinidad	58	Malta	47	Uruguay	38
Venezuela	73	Yeni Zelanda	58	İsrail	47	Guatemala	37
İtalya	70	Hong Kon	57	Endonezya	46	Surinam	37
İsviçre	70	Yunanistan	57	K. Afrika	46	Rusya	36
Meksika	69	Çek Cum.	57	Türkiye	45	Tayland	34
Jamaika	68	Hindistan	56	Tayvan	45	Portekiz	31
İrlanda	68	Arjantin	56	Panama	44	Estonya	30
Çin	66	Bangladeş	55	Fransa	43	Şili	28
Almanya	66	Belçika	54	İran	43	Finlandiya	26
İngiltere	66	Fas	53	Romanya	42	Kosta Rika	21
Filipinler	64	Arap Dün.	52	Peru	42	Danimarka	16
Polonya	64	Kanada	52	İspanya	42	Hollanda	14
Kolombiya	64	Malezya	50	D. Afrika	41	Norveç	8
Ekvator	63	Pakistan	50	Bulgaristan	40	İsveç	5
<i>Range: 105 (Maksimum: 110 - Minimum:5); Ortalama: 50,5; Std. Sapma: 18,67</i>							

Kaynak: Halis, Muhsin, Şenkal, Abdülkadir ve Türkay, Oğuz. (2010). Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar. *Journal of Azerbaijani Studies*, s. 453.

Tablo 6'daki veriler doğrultusunda, Hofstede'e göre; eril yaklaşıma sahip bir toplum; başarı, para, servetin hâkim değerler olarak kabul edildiği bir toplumun tanımıdır. Dişil yaklaşıma sahip toplumlarda ise hâkim olan değerler, başkalarını düşünmek ve yaşam kalitesine önem vermek şeklindedir (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 175-176). Tabloda da görüldüğü üzere; Almanların genel itibariyle 66 puan ile yüksek düzeyde, Rusların ise 36 puan ile düşük düzeyde erillik özelliği taşıdığı ifade edilmektedir. Bu veriler doğrultusunda; Almanların Ruslara nazaran daha fazla maddi değerlere önem verdikleri, Rusların ise maddi değerlerden ziyade manevi değerlere önem gösterdikleri söylenebilmektedir.

2.1.5.1.3. Güç Mesafesi

Güç mesafesi, bir toplum tarafından eşit olarak dağıtılmamış olan gücün ne derece kabul edilip edilmediğini yansıtmaktadır. Diğer bir deyişle, toplumlarda bireyler arasında gücün eşit şekilde dağılıp dağılmadığı ile ilgilidir. Ding, Jeanjean ve Stolowy'nin (2005: 332), belirttiği gibi; toplumda eşit olarak dağılmayan güç mesafesi boyutu, bir toplumda kurumlar ve örgütlenmeler içindeki gücün dağılım biçimini; bu dağılımdaki farklılıkların, eşitsizliklerin üyeler tarafından benimsenme ve kabul edilme derecesini göstermektedir. Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda, bir kültürün üyeleri güçlü olanlar ile daha az güce sahip olanlar arasındaki güç eşitsizliği ve farklılığını kabul etmektedirler (Bakan, 2008: 7).

Genel olarak belli toplumlarda insanlar arasındaki eşitsizlik olağan karşılanmakta ve bu toplumlar güç mesafesi bakımından daha yüksek olarak kabul edilmektedir. Düşük güç mesafesine sahip toplumlarda ise, insanlar arasındaki statü farklılıkları bireylerin toplumda oynadıkları rollerle alakalı olduğu düşünülmektedir. Yüksek güç mesafeli toplumlarda, insanın yaşamında pozisyonu, önceden belirlenmiş olan belli bir aile hiyerarşisi içerisinde belirlenmiştir. Diğer taraftan, düşük güç mesafeli toplumlarda ise, sosyal anlamdaki eşitsizlik daha minimize edilmiştir (Aykanat, 2010: 100; Yeşil, 2012: 50-51, Yağmur, 2013: 9). Güç mesafesi, toplum üyelerinin statü, zenginlik ve saygınlıktan kaynaklanan gücün eşit olmayan dağılımını kabul etme derecesidir. Gücün eşit olmayan dağılımını olağan karşılayan bireylerin güç mesafesi yüksek iken, bu durumun normal olmadığını düşünen bireylerin güç mesafesi düşük şeklinde ifade edilebilmektedir (Uslu ve Ardıç, 2013: 316-317). Yüksek ve düşük güç mesafesine sahip toplumların özellikleri Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Güç Mesafesi Yüksek ve Düşük Topluların Özellikleri

Düşük Güç Mesafesi	Yüksek Güç Mesafesi
İnsanlar arasındaki eşitsizlik en aza indirgenmelidir.	İnsanlar arasındaki eşitsizlikler hem beklenir hem de istenir.
Güçlü ve daha az güçlü insanlar arasında belli ölçüde bağımsızlık vardır ve olmalıdır.	Az güçlü insanlar daha güçlü insanlara bağımlı olmalıdır.
Örgütlerdeki hiyerarşi uyum için gerekli olan rollerin eşitsizliği anlamındadır.	Örgütlerdeki hiyerarşi ast ve üstler arasında varoluşsal eşitsizlik anlamındadır.
Adem-i merkezilik popülerdir/yaygındır.	Merkezilik popülerdir.
Örgütün en tepesinde ve en altında çalışanlar arasındaki maaş aralığı dardır.	Örgütün en üst ve en altında çalışanlar arasındaki maaş aralığı geniştir.
Çalışanlar kendilerine danışılmasını beklerler.	Çalışanlar kendilerine ne yapacaklarının anlatılmasını beklerler.
İdeal patron bol kaynaklı bir demokrattır.	İdeal patron yardımsever, baba tarzı bir otokrattır.
Ayrıcalıklar ve statü göstergeleri hoş karşılanmaz.	Ayrıcalıklar ve statü göstergeleri yöneticiler için hem beklenir hem de popülerdir.
Herkes eşit haklara sahiptir.	Güçlü olan ayrıcalıklara sahiptir.

Kaynak: Uslu, Osman ve Ardıç, Kadir. (2013). Güç Mesafesi Örgütsel Güveni Etkiler mi?. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 15 (2), 313-339.

Tablo 7'deki bilgiler ekseninde; güç mesafesi yüksek olan toplumlarda, insanların kendilerine ait bir yerleri vardır ve gücü göstermek için statü önemlidir. Düşük güç mesafesine sahip olan toplumlarda; güçlü insanlar kendilerini daha düşük güçte gösterme eğilimindedirler (Altay, 2004: 304). Hofstede'in araştırmasında ülkelere göre güç mesafesi skorları, Tablo 8'de büyükten küçüğe doğru sıralanmış olarak görülmektedir.

Tablo 8. Ülkelere Göre Güç Mesafesi Sıralaması

Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor
Yüksek Güç Mesafesi		Orta Güç Mesafesi			Düşük Güç Mesafesi		
Malezya	104	Singapur	74	Uruguay	61	Lüksemburg	40
Slovakya	104	Bulgaristan	70	Yunanistan	60	ABD	40
Guatemala	95	Fas	70	Güney Kore	60	Kanada	39
Panama	95	Vietnam	70	İran	58	Hollanda	38
Filipinler	94	Brezilya	69	Tayvan	58	Avustralya	36
Rusya	93	Fransa	68	Çek Cum.	57	Kosta Rika	35
Romanya	90	Hong Kong	68	İspanya	57	Almanya	35
Surinam	85	Polonya	68	Malta	56	İngiltere	35
Meksika	81	Kolombiya	67	Pakistan	55	İsviçre	34
Venezuela	81	El Salvador	66	Japonya	54	Finlandiya	33
Arap Dünyası	80	Türkiye	66	İtalya	50	Norveç	31
Bangladeş	80	Belçika	65	Arjantin	49	İsveç	31
Çin	80	K. Afrika	64	G. Afrika	49	İrlanda	28
Ekvator	78	Peru	64	Trinidad	47	Y.Zelanda	22
Endonezya	78	Tayland	64	Macaristan	46	Danimarka	18
Hindistan	77	Şili	63	Jamaika	45	İsrail	13
Batı Afrika	77	Portekiz	63	Estonya	40	Avusturya	11
Range: 93 (Maksimum: 104 - Minimum:11); Ortalama: 59,29; Std. Sapma: 21,82							

Kaynak: Halis, Muhsin, Şenkal, Abdülkadir ve Türkay, Oğuz. (2010). Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar. *Journal of Azerbaijani Studies*, s.449.

Tablo 8'e göre; Rusya'nın skoru "yüksek güç mesafesi", Almanya'nın skoru ise; "düşük güç mesafesi" olarak tanımlanabilmektedir. Hofstede'in bulguları açısından değerlendirildiğinde ise; Ruslar Almanlara göre statüye daha fazla önem verirken, Almanlar ayrıcalıklara ve statü göstergelerine fazla önem vermemektedirler. Diğer bir deyişle; Ruslar, insanlar arasındaki eşitsizlik durumunu olağan karşılarken, Almanlar ise, eşitsizliğin en aza indirgenmesini beklemektedirler.

2.1.5.1.4. Risk Alma-Belirsizlikten Kaçınma

Belirsizlikten kaçınma; "bir toplumun belirsiz durumları tehdit edici olarak kabul etmesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Sofyalıoğlu ve Aktaş, 2001: 91). Kùltürün bu boyutunda bireyler; risk alma aşamasında, geri planda durmak ya da beklemek yerine, hemen atakta bulunarak, erken hamle yapma şeklinde bir tutum sergileyebilmektedirler (Franke ve Nadler, 2008: 256). Genel olarak risk alma-belirsizlikten kaçınma durumu, bir ÷lkede yaşayan insanların yapılandırılmamış durumlar karşısında yapılandırılmış olanı seçme düzeyleridir (Beytekin ve Doyuran Göktürk, 2012: 34).

Belirsizlikten kaçınma değeriine sahip toplumlarda genel olarak yapılandırılmış durumlar tercih edilmektedir (Lamberton, Fedorowicz ve Roohani, 2005: 78). Belirsizlikten kaçınma değeri yüksek olan toplumlar için belirsizlik sürekli mücadele edilen bir durumdur. Diğer taraftan belirsizlikten kaçınma açısından düşük olan toplumlar ise, daha çok esnek kurallardan hoşlanmaktadır ve resmi kuralları tercih etmemektedirler. Bu toplumlarda genel olarak da, güncel yaşamdaki belirsizlik katlanılabilir bir düzeyde, düşük stres düzeyi ön planda ve risk almada daha fazla eğilim gösterilmektedir (Yeloğlu, 2011: 165; Yeşil, 2012: 53-54). ÷lkelerin risk alma-belirsizlikten kaçınma sıralamaları Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9. Ülkelerin Belirsizlikten Kaçınma Sıralaması

Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor	Ülke	Skor
Yüksek B. Kaçınma		Orta B. Kaçınma			Düşük B. Kaçınma		
Yunanistan	112	Arjantin	86	Arap Dünyası	68	G. Afrika	49
Portekiz	104	Kosta Rika	86	Fas	68	Y. Zelanda	49
Guatemala	101	Bulgaristan	85	Ekvator	67	Endonezya	48
Uruguay	100	Türkiye	85	Almanya	65	Kanada	48
Malta	96	Güney Kore	85	Tayland	64	ABD	46
Rusya	95	Meksika	82	Bangladeş	60	Filipinler	44
El Salvador	94	Macaristan	82	Estonya	60	Hindistan	40
Belçika	94	İsrail	81	İran	59	Malezya	36
Polonya	93	Kolombiya	80	Finlandiya	59	İngiltere	35
Surinam	92	Venezuela	76	İsviçre	58	İrlanda	35
Japonya	92	Brezilya	76	Trinidad	55	Çin	30
Romanya	90	İtalya	75	K.Afrika	54	Vietnam	30
Peru	87	Çek Cum.	74	Hollanda	53	Hong Kon	29
Panama	86	Pakistan	70	Doğu Afrika	52	İsveç	29
Fransa	86	Lüksemburg	70	Slovakya	51	Danimarka	23
Şili	86	Avusturya	70	Avustralya	51	Jamaika	13
İspanya	86	Tayvan	69	Norveç	50	Singapur	8
Range: 104 (Maksimum:112-Minimum:8); Ortalama: 66,35; Std. Sapma: 23,72							

Kaynak: Halis, Muhsin, Şenkal, Abdülkadir ve Türkay, Oğuz. (2010). Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar. *Journal of Azerbaijani Studies*, s.451.

Tablo 9'daki veriler ışığında, Rusların 95 skor ile Almanlara nazaran riskten kaçınma eğilimleri daha yüksektir. Belirsizlikten kaçınma değerinin ortalama üzerinde olduğu Rusya ve benzeri toplumlarda genel olarak risk alma eğilimi düşüktür (Halis vd, 2010: 451). Bazı kültürlerde ise; belirsizlik bireylerde yüksek kaygı yaratmaktadır ve kişiler belirsizliği tehlike olarak görmektedirler. Tersini durumda ise; bireyler risk alma eğilimindedirler, belirli ölçüde stres, kişiler için motivasyon kaynağıdır ve değişimler daha çabuk kabul edilmektedir (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 174).

2.1.5.2. Kültürel Farklılıklara İlişkin Diğer Teoriler

Kültürel farklılık, ortak bir sistem içerisinde, farklı toplumsal özelliklere sahip bireylerin bir araya gelmesiyle meydana gelen bir oluşumdur (Helvacioğlu ve Özutku, 2010: 198). Toplumlar arasında oluşan kültürel farklılıkları belirleyebilmenin en etkin yollarından birisi de toplumsal kümelerdir. Böylelikle bir toplum için sahip olunan özelliklerin hangi diğer toplumlar için de geçerli olabileceği ve toplumların hangi toplumlar ile beraber ortak bir paydada bulunduğu tespit edilebilecektir (Öz, 2009: 15). Hofstede'in "Kültürel Boyutlar Teorisi" ilgili yazında en fazla yer edinen ve en kapsamlı (Altay, 2003: 41; Alamur, 2005: 52; Künüçen ve Temel, 2007: 2; Korkmaz, 2009: 14; Yeşil, 2009: 113), kültürel farklılıkları açıklamada kullanılan teoriler arasındadır. Ancak Hofstede'in teorisine benzer özellikler ve benzer sınıflandırmalar gösteren çeşitli kültürel farklılıklara ilişkin teoriler de bulunmaktadır. Bu bölümde ilgili yazında en fazla yer edinmiş olan kültürel farklılıklara ilişkin çeşitli teorilere yer verilerek farklı teorilerin farklı boyutları üzerinde odaklanılacaktır.

2.1.5.2.1. Trompenaars'a Göre Kültürel Özellikler

Kültürlerarası farklılıkları belirlemeye yönelik olarak yapılan çalışmalardan bir diğeri de; Trompenaars'a göre kültürel özelliklerdir. Hollandalı araştırmacı Fons Trompenaars (1994), 28 farklı ülkeden topladığı verileri analiz ederek beş kültürel boyut tespit etmiştir. Toplam 15.000 çalışanın cevapladığı anket ile ulaşılmış olduğu kültürel boyutlar, Hofstede'in boyutlarına paralellik göstermektedir. Belirlenen bu boyutlar, bireylerin diğer insanlarla olan ilişkileri ile ilgilidir. Hofstede'in beş boyutuna ek olarak bireylerin zamana ve çevreye ilişkin tutumları da incelenmiştir. Bu boyutları şu şekilde özetlemek mümkündür (Özgür, 2007: 23-25; Kavoğlu, 2009: 21-22; Korkmaz, 2009: 23-27; Öz, 2009: 36; Macit, 2010: 55-57; Yeşil, 2012: 44):

Evrensellik (Universalism)-Durumsal Olma (Particularism); Evrensellik, genel olarak düşüncelerin ve tutumların üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmadan her duruma uygulanabileceğine olan inancı ifade etmektedir. Durumsal olma ise; koşulların ve uygulamaların zorluk getireceğine olan inancı temsil etmektedir. Evrensellik anlayışının hâkim olduğu toplumlarda doğrular ve yanlışlar belirgin bir şekilde

açıklanmıştır ve bireylerin nasıl davranmaları gerektiği belli kurallar çerçevesinde oluşturulmuştur.

Bireysellik (Individualism)-Toplumsalcılık (Collectivism); Trompenaars'ın bu boyutu Hofstede'in bireysellik-toplumsallık boyutuna benzer bir özellik göstermektedir. Bireysellik anlayışında kişinin bir birey olduğu için değerli ve özel olduğu kabul edilirken, toplumcu anlayışta kişinin ancak bir grubun üyesi olarak belli bir değere sahip olabileceği görüşü ortaya çıkmaktadır. Bireysellik, grup olmaktan ziyade ben kavramının hâkim olduğu ve bireysel çıkarların grubun çıkarlarının ilerisine geçtiği durumlarda söz konusu olmaktadır.

Nötr (Neutral)-Duygusal (Affective); Nötr kültür duyguların kontrol altında alınmış olarak ortaya çıkan kültürdür. Söz konusu kültürlerin yaşandığı toplumlarda bireyler kişilerarası ilişkilerde duygularını kontrol altında tutmaktadırlar. Duygusal kültürlerde ise duygular net ve doğal bir şekilde ifade edilmektedir. Duygusal kültürde olan insanlar sürekli sıcakkanlı bir şekilde davranırlar ve duygu yoğunlukları çoğaldığında da yüksek sesle konuşmaktadırlar.

Özel (Specific)-Yaygın (Diffuse); Özel kültürde; bireylerin diğer bireyler ile birlikte ortak olarak buldukları geniş kamusal alanları vardır, özel alanları dardır ve bu özel alanlarını sadece çok samimi arkadaş ya da ortaklarıyla paylaşmaktadırlar. Yaygın kültürlerde ise; bireylerin kamu alanları ve özel alanları neredeyse aynı ölçüde bulunmaktadır. Özel kültürde bireyler son derece açık ve dışa dönüktür. Yaygın kültürde ise; bireyler, insanlarla dolaylı iletişim kurma yoluna giderler ve içe dönük bir şekilde davranmaktadırlar.

Başarı (Achievement)-Övgü (Ascription); Toplum içerisinde kişilerin kendi çabalarıyla elde ettikleri başarıları ve sahip oldukları kabiliyetlerine göre belirlendiği kültürler başarı kültürlerini oluşturmaktadır. Övgü kültüründe ise statü, kişinin kimliğiyle, diğer bir ifadeyle kim olduğuyla ilgili olarak sunulmaktadır. Başarı odaklı toplumlar bireylerin genel başarı düzeyine önem vermektedirler ve kişileri buna göre değerlendirmektedirler. Diğer toplumlarda ise kişinin statüsünün belirlenmesinde, yaş, eğitim, cinsiyet, vb. gibi demografik unsurlar önemli rol oynamaktadır.

Zamana Karşı Tutumlar (Attitude to time)-Doğaya Karşı Tutumlar (Attitude to environment); Trompenaars kültürel farklılığı anlamak için dikkate alınacak diğer

önemli kavramın da zaman olduğunu vurgulamaktadır. Her toplumun zamana bakış açıları farklıdır. Örneğin; kimi toplumlar geçmişe, kimileri geleceğe dönük bir tutum sergilemektedir. Bazı toplumlar ise sadece içinde buldukları ana önem vermektedirler. Geçmişe odaklı toplumlar, geleneklere ve geçmişte olan olaylara göre davranmaktadırlar, geleceğe odaklı toplumlar ise; koyulan hedeflerle ve gelecekteki başarılarla ilgilidirler, içinde bulunulan zamana odaklanan toplumlar ise anı yaşamaya çalışırlar ve içinde bulunulan anın durumuna göre davranış sergilemektedirler. Öte yandan Trompenaars insanların doğayla olan etkileşimlerinden yola çıkarak, bu boyutta iç ve dış denetim olmak üzere iki farklı grup kültürü tanımlamıştır. İç denetim kültürüne sahip bireyler başarı ya da başarısızlığın sonuçlarını kendilerinde aramaktadırlar ve sorgulamaları bu yönde olmaktadır, dış denetim kültüründe ise bireyler sonuçları kendilerinin dışında bir güçte arayarak sorgulamalar gerçekleştirmektedirler. Diğer bir kültürel farklılık sınıflandırma aracı olarak da Ronen-Shenkar Ülkeler Yığılımları Teorisi ilerleyen kısımda incelenmiştir.

2.1.5.2.2. Ronen-Shenkar Ülkeler Yığılımları Teorisi

Toplumsal kümeler oluşturan çalışmalardan biri olan bu konudaki bir diğer çalışma da; Ronen ve Shenkar tarafından gerçekleştirilmiştir. Ülkeler dört farklı kategoride (iş değerleri, ihtiyaçlar ve iş tatmini, yönetsel ve organizasyonel çeşitlilikler ve kişilerarası oryantasyon) sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalar sonucunda ülkelerden oluşan sekiz farklı küme ortaya çıkmıştır. Farklı özelliklerinden dolayı söz konusu sekiz kümenin dışında kalan dört ülke için de, dokuzuncu küme oluşturulmuştur. İsrail, Japonya, Hindistan ve Brezilya bu sekiz kümenin dışında kalan dört ülkedir (Korkmaz, 2009: 28-29). Ronen ve Shenkar tarafından geliştirilen teorinin, sekiz ana grupta toplanan ülkeler sıralaması şu şekilde gösterilmektedir (Penpece, 2006: 84):

1. Germen Ailesi: Almanya, İsviçre ve Avusturya.
2. Anglo Ailesi: ABD, Kanada, Yeni Zelanda, Büyük Britanya, İrlanda ve Güney Afrika.
3. Güney Avrupa: Fransa, Belçika, İtalya, İspanya ve Portekiz.

4. Nordia Ailesi: İsveç, Danimarka, Norveç ve Finlandiya.
5. Arap Ailesi: Suudi Arabistan, Kuveyt, Bahreyn, Umman, Abu-Dabi, Birleşik Arap Emirlikleri.
6. Yakın Doğu Ailesi: Yunanistan, İran, Türkiye.
7. Uzak Doğu Ailesi: Hong Kong, Malezya, Singapur, Filipinler, Vietnam, Endonezya, Tayvan ve Tayland.
8. Güney Amerika: Arjantin, Venezüella, Şili, Meksika, Peru ve Kolombiya.

Yukarıdaki sınıflandırmadan da anlaşılacağı üzere; Ronen ve Shenkar'ın (1985) yaptığı araştırma sonucunda toplumlar arasında farklılıklar olmasına rağmen genel olarak dilsel, dinsel ve coğrafi bir sınıflandırma olduğunu ortaya çıkarmıştır (Öz, 2009: 18). Örneğin, Shenkar ve Ronen (1987: 268-269), Çinliler ve Amerikalılar arasında ortaya çıkabilecek olan olası bir problemi şöyle ifade etmişlerdir: "Çinlilerin sakin ve kontrollü bir şekilde davranmayı tercih ediyor olmaları, Amerikalıların işin kendisine odaklanmaları sonucunda açık bir şekilde yüzleştirme yapmaları, Çinliler tarafından saldırgan bir davranış olarak algılanabilmektedir." Farklı kültürlerin bir arada bulunmalarının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan problemlerin daha net anlaşılıp ifade edilebilmesi için geliştirilen bir diğer araştırma olan Globe Araştırması'na da ilerleyen bölümde yer verilmiştir.

2.1.5.2.3. Globe Araştırması

Çok sayıda farklı kültürlerin bir araya getirilerek analiz edildiği çalışmalardan birisi de Globe Araştırması'dır. Ana yürütücülüğünü Robert. J.House'un yaptığı 62 ülkeden 951 örgütteki 17.000 yöneticiden veri toplanan ve 170 araştırmacının katılım gösterdiği Globe araştırma projesi; Hofstede'in (1980) kültürel boyutlar teorisindeki belirli boyutlardaki anlam kaymalarını (kolektivizm ve erkek kültürü gibi) gidermeyi hedeflemiş (Çakmakçı, 2009: 72), değer boyutlarını performans odaklılık, gelecek odaklılık, cinsiyet eşitliliği, atılganlık, bireycilik ve toplulukçuluk, güç mesafesi, insan odaklılık ve belirsizlikten kaçınma olarak sekiz boyutta ele almıştır (Aktaş, 2010: 12).

Globe (2004) araştırması, Hofstede'in (1980) erillik ve dişillik kültürel değer boyutlarını alt boyutlarına ayrıştırıp, cinsiyet eşitlikçiliği, iddialılık ve insan odaklılık ve atılganlık olarak dört farklı kültürel değer boyutunda ele almıştır (Öz, 2009: 2;

Aktaş, 2010: 15). Yapılan bu çalışmada 62 toplum, kültürel kümeleme analizine tabii tutulmuştur ve toplam 62 ülkeyi coğrafya, dil, din ve tarihlerine göre 10 farklı kümede sınıflamıştır. Söz konusu toplumsal kümeler Tablo 10'da gösterilmektedir (Öz, 2009: 18-19):

Tablo 10. Globe Toplumsal Kümeleri

Anglo	Avustralya, Kanada, İngiltere, İrlanda, Yeni Zelanda, Güney Afrika (Beyaz), Amerika Birleşik Devletleri
Latin Avrupa	Fransa, İsrail, İtalya, Portekiz, İspanya, İsviçre (Fransızca)
Kuzey Avrupa	Danimarka, Finlandiya, İsveç
Germen Avrupa	Avusturya, Almanya (Federal Almanya), Almanya (Doğu Almanya), Hollanda, İsviçre
Doğu Avrupa	Arnavutluk, Gürcistan, Yunanistan, Macaristan, Kazakistan, Polonya, Rusya, Slovenya
Latin Amerika	Arjantin, Bolivya, Brezilya, Kolombiya, Kosta Rika, Ekvator, El Salvador, Guatemala, Meksika, Venezüella
Sahara Altı Afrika	Namibya, Nijerya, Güney Afrika (Siyah), Zambiya, Zimbabve
Orta Doğu	Türkiye, Mısır, Fas, Katar, Kuveyt
Güney Asya	Hindistan, Endonezya, İran, Malezya, Filipinler, Tayland
Konfüçyüsçü Asya	Çin, Hong Kong, Japonya, Singapur, Güney Kore, Tayvan

Kaynak: Öz, Taygun. (2009). Çok Uluslu Örgütler ve Şube Kültürleri Etkileşimi: Uygulamalı Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara, s.19.

Tablo 10'da gösterilen bu 10 farklı kümede yer alan (Latin Amerika, Anglo, Latin Avrupa, Kuzey Avrupa, Germen Avrupa, Konfüçyüsçü Asya, Sahra Altı Afrika, Orta Doğu, Güney Asya ve Doğu Avrupa) 62 toplumdun 59'unun, (Kosta Rika ve Guatemala hariç) varsayıldıkları kümelerin içersinde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır (Öz, 2009: 20).

Kültürel farklılıklar; sadece farklı toplumlarda ve ülkelerde görülmekle kalmayıp aynı zamanda aynı toplumun alt kesimlerinde de ortaya çıkabilmektedir. Toplumlararası ya da aynı toplum içersinde bireylerde gözlemlenen farklı davranışlar ve farklı tutumların öncü sebeplerinden birisi de bu durumdur. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki kısmında, tutumun kavramsal analizi hakkında bilgi verilerek tutumu oluşturan öğeler üzerine odaklanılacaktır.

2.2. Tutumun Kavramsal Analizi

Çalışmada kültürlerarası turist tutumlarına yer verilmeden önce, genel olarak tutum kavramının farklı tanımlarına yer verilerek, tutumu oluşturan öğeler açıklanmıştır.

2.2.1. Tutum Kavramı

Bireyler yaşamları boyunca, çeşitli çevresel ve bireysel faktörlerin etkisiyle sosyalleşmekte, bu sosyalleşme sürecinde de çevresindeki nesnelere, olaylara ve durumlara karşı çeşitli tutumlar geliştirmektedir (Kavas, 2013: 143). Bu husus sonucunda, tutumların sosyal öğelerden oluşması ve içeriğinin bu öğelerden meydana gelmesi nedeniyle bireylerin tutumlarını belirleyebilmek ve anlayabilmek için duygu, düşünce ve davranışların incelenmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır (Koçakoğlu ve Türkmen, 2010: 230). Tutumlar, davranış bilimlerinin anahtar kavramlarından biri olarak yer almaktadır ve tutumlar, insan davranışlarının en önemli belirleyici faktörlerindedir. Bununla birlikte bireylerin tutumları, duyguları, hisleri ile sergiledikleri davranışlarını önemli ölçüde de etkilemektedir (Kan ve Akbaş, 2005: 228). Genel olarak ifade etmek gerekirse; tutum, bireylerin herhangi bir olay ya da durum karşısında sergileyecekleri olası bir tavır ya da davranış biçimini oluşturma durumudur. Başka bir deyişle tutum de, bireyin bir durum, olay ya da olgu karşısında ortaya koyması beklenen olası davranış biçimi olarak ifade edilebilmektedir (İnceoğlu, 2010: 5-7; Onay, 2012: 52).

Aynı zamanda tutum; bir bireyin, bir nesneye, bir duruma veya bir olaya karşı olan olumlu veya olumsuz tavrı olarak kabul edilmesinin yanında (Karakaş Türker ve

Turanlı, 2008: 21); sonradan öğrenme yoluyla kazanılan, bireyin davranışlarına yön veren ve karar verme sürecinde subjektif değerlendirmelere neden olabilen bir olgudur (Susar Kırmızı, 2012: 2356). Tutum tanımlarının ortak noktalarından ortaya çıkan özellikler ise; şu şekilde ifade edilebilmektedir (Tavşancıl, 2002: 17; Üstüner, 2006: 111; İnceoğlu, 2010: 30-32):

- Tutumlar güdüleme gücüne sahiptir, doğuştan sahip olunmaz ve sonradan yaşantılar yoluyla kazanılmaktadır.
- Tutumlar geçici düşünsel bir durum değillerdir, belli bir süre zarfında devam etmektedirler.
- Tutumlar, insan ve madde arasındaki ilişkide bir düzenlilik, tutarlılık ve kararlılık olmasını sağlamaktadırlar.
- Tutumlar psikolojik bir değere ilişkindir. Birey ile madde ilişkisinde, tutumların belirlediği bir taraf olma durumu ortaya çıkmaktadır. Birey bir maddeye ilişkin bir tutum oluşturduktan sonra, söz konusu maddeye yansız bir şekilde bakmamaktadır.
- Tutumlar verilen tepki olarak değil, daha çok bir tepki gösterme eğilimidir ve genel olarak tutumlar tepki vermeye hazır bir durumda olmayı içermektedirler.
- Tutumlar aynı zamanda değerlendirme de içermektedirler, negatif ya da pozitif değerlendirmeler sonucu davranışlara yol gösteren bir etken durumundadır.
- Tutumlar, doğrudan gözlenebilen bir özellik değil, bireyin gözlenebilen davranışlarından çıkarma yapılarak ve o bireye atfedilen bir eğilimdirler.

Bir bireyin, soyut ya da somut özellik taşıyan bir maddeye veya duruma karşı tutumunun ne olduğunun bilinmesi, söz konusu bireyin ilgili uyarana karşı davranışının da ne olacağını tahmin edilmesini sağlayacaktır. Bu kapsamda sergilenen tutumun ne olduğunu daha iyi anlayabilmek için tutumu oluşturan öğeler üzerinde de yoğunlaşmak gerekmektedir.

2.2.2. Tutumu Oluşturan Öğeler

Tutum, bireylerin bir nesne veya düşünceye yönelik olan duyguları, eğilimleri ya da kişisel değerlendirmeleridir (Durmaz, 2008: 80). Yaşantılar üzerinde önemli etkileri olan ve davranışları yönlendiren tutumlar; bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutlarıyla davranışların önemli bir açıklayıcısı olarak görülmektedir (Evrekli vd, 2009: 135). Bu öğeler arasında genellikle içsel tutarlılık olduğu varsayılmaktadır ve bu üç tutum öğesi, birbirleriyle de karşılıklı etkileşim içinde bulunmaktadır. Bu boyutların herhangi birinde değişiklik olduğunda, diğer öğelerde de değişiklik söz konusu olabilmektedir (Ekici, 2012: 561).

Tutumu oluşturan bileşenlerden, bilişsel öğe; tutuma ilişkin inanç ve bilgilerden oluşan rasyonel unsurdur ve bireyin bir konu hakkında bildiklerini ifade etmektedir. Duygusal öğe, objektif bir bilgiden ziyade olumlu (mutluluk, sevinç, takdir ve tatmin) ve olumsuz bir duygu (pişmanlık, öfke, can sıkıntısı, korku vs.) içermektedir ve inançlara bağlı olarak ortaya çıkan heyecansal hislerden oluşmaktadır. Davranışsal öğe ise, tepki gösterme aşamasına hazırlıktır ve bir tutumun davranışa geçme durumunu ifade etmektedir (Koç, 2008: 164-166; Kavas, 2013: 144). Tutumu oluşturan öğeler arasındaki ilişki Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Tutum Bileşenleri ve Tutum Geliştirme Süreci



Kaynak: Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gilfidan. (2002). *Tüketici Davranışı*. (9. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınları, s. 161.

Şekil 1'de de görüldüğü üzere; tutumlar davranışların ardında yatan yönlendirici kuvvetler olduğu için, tutum geliştirme sürecinin incelenmesi ile tutumların işleyiş şekli ortaya çıkarılabilecek ve böylelikle sergilenen davranışların önceden tahmin edilebilmesi sağlanacaktır (Güleç, 2007: 142). Bilişsel öge bireyin zihinsel işleyiş süreciyle ilişkili olup, düşünsel işleyişin sınıflandırılmasıyla ilgili bir ögedir. Duygusal öge ise; bireyin sahip olduğu değerler sistemi ile ilişkilidir ve birey, bir durum ya da kişi ile etkileşime ya da ilişkiye başlarken sahip olduğu değerler sistemi ilişki biçiminin oluşmasını sağlamaktadır. Davranışsal öge de; tutumların davranışa dönüşme aşamasında yer almaktadır ve bireyin belli bir tutuma karşı davranış eğilimini yansıtmaktadır (İnceoğlu, 2010: 20-24).

Bireylerin, herhangi bir tutum ile ilgili, olumlu ya da olumsuz duygulara sahip olmaları, daha önceden, o konu ile ilgili yaşamış olduğu deneyimlerine bağlı olmaktadır. Birey, bir duruma karşı olumlu tepki veriyorsa; muhtemel olarak daha önceden söz konusu durum ile bir etkileşimi olmuştur ve bu etkileşim sonucundan da olumlu bir tutum ve düşünce geliştirmiştir. Bir başka deyişle, kişi karşılaştığı durumu daha önce içsel yapısında değerlendirmiş olup kararını vermiştir (Barut, 2005: 300). Örneğin, uzun süredir İngiltere'de yaşamalarına rağmen, Hindistanlılar ve Pakistanlılar, İngilizler tarafından genellikle dışlanmaktadır. Yaşadıkları toplumda başarılı bireyler olarak yer alsalar bile bazı prestijli mesleklere dâhil olmaları İngilizler tarafından engellenmeye çalışılmaktadır (İnceoğlu, 2010: 25-26). Farklı toplumların birbirleri nezdinde yukarıdaki örnekte ifade edilmiş gibi olan benzer durumlar söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle çalışmanın amacına uygun olarak bundan sonraki kısımda kültürlerarası turist tutumlarına yer vermekte fayda vardır.

2.3. KÜLTÜRLERARASI TURİST TUTUMLARI

Kültürel farklılıkları anlamının ve açıklayabilmenin ortak yolu; öncelikle kültürü analiz etmekten geçmektedir. Bununla birlikte kültürü oluşturan ve diğer nesillere aktarmaya yardımcı olan değerlerden bütünü aracılığıyla meydana geldiğini söylemek mümkündür (Zeria, 2011: 129). Farklı kültürden insanlar ile iletişim ve etkileşim halinde bulunulurken; dil ve iletişim kalıplarının (göz hareketleri, göz

teması, el ve kol hareketleri, iletişim mesafesi) ve davranışların ne anlam ifade ettiklerinin bilinmesi gerekmektedir. Örneğin Orta Asya'da yer alan ülkelerde, batıda yer alan ülkelere göre daha sert ve hızlı bir şekilde konuşulmaktadır. Hindular inek eti, Müslümanlar ise domuz eti yememektedirler. Genel olarak ülkelerin dini günleri de farklıdır ve Arap ülkelerinde görüşme için randevular 3-4 gün önce alınırken, Japonya'da ise; 1-2 hafta önce alınmaktadır. Kuzey Amerika'da bireyler arasında kurulan göz teması saygıyı, Kore'de ise saygısızlığı ifade ederken; Arap ülkelerinde kadın ile yabancı erkeğin göz teması doğru karşılanmamaktadır ve Orta Doğu'da da kadınlar erkekler ile el sıkışmamaktadırlar (Bayık Temel, 2011: 61-62).

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere; insanların birbirlerine karşılıklı bağımlı oldukları, dolayısıyla kaçınılmaz olarak karşılıklı bir şeyler alıp verdikleri ve etkileşim içerisinde buldukları, insanlığın varoluşundan beri mevcuttur (Bredemeier, 2010: 463). İnsanın doğasında var olan "birlikte yaşam zorunluluğu" toplum gerçeğinin de varlık nedenidir. Birlikte yaşam zorunluluğu, insanı kendi benzerleriyle ilişki içinde bulunmaya zorlamaktadır (Dinçkol, 2009: 1) ve ister geniş, ister dar olsun her toplumsal grup, parçalardan oluşan bir bütündür ve bu bütünü oluşturan nihai unsur ise bireydir (Durkheim, 2012: 59). Bireylerin düşünce ve duygularının her şekli, içinde geliştikleri toplumun nesnel yaşamıyla ilişkili olan yapılar tarafından belirlenmektedir (Tuna, Şen ve Durdu, 2011: 39).

Bireylerin düşüncelerinin önemli olduğu kadar kültürlerarası etkileşimde tarafların birbirlerini yeteri kadar tanımaları da önemlidir (Yağbasan, 2009: 132). Kültürel kurallar, olaylar ve nesnelere, insanları anlayabilmek için anlam içeren bir çerçeve oluşturmaktadır. Sosyal çevre ile ilgili kurallar, mantık çerçevesinde, belirsizliği azaltmak için olanak sunmaktadır. Etkileşim sırasında, ne yapılması ve ne yapılmaması, nasıl davranılması gerektiği hakkında bireylere yol gösterici bir nitelik taşıyabilmektedir (Sezgin ve Ünüvar, 2010: 394; Samovar, vd, 2012: 11).

Her toplumun kendine ait sosyal çevresinden kaynaklı bir yaşam tarzı ve kültürel özellikleri bulunmaktadır. Örneğin; Eskimoların muz yemeleri veya yemek pişirirken zeytinyağı kullanmalarının düşünülmemeyeceği gibi, Müslüman ülkelerde de domuz tüketimi söz konusu olamamaktadır; Eskimo'lara bu maddeleri reddettiren doğal çevreleri olduğu halde, Müslümanların domuz eti yememeleri dini inançlarından gelmektedir (Kıray, 2005: 13). Bununla birlikte, Oetzel, Meares ve Fukumoto (2003:

241) da, Amerikan ve Japon yaşantılarının arasındaki farklılıkların, yanlış anlaşılmalara ve karşılıklı çatışmalar yaşanmasına yol açabileceğini vurgulamaktadırlar.

Normal bir toplumda ne olup bittiğinin öğrenilebilmesi için; toplumsal grupların kendi turist bakışlarını nasıl oluşturdukları üzerinde düşünmek gerektiğini vurgulayan Urry (2009: 15), aynı zamanda kültürlerarası turist tutumlarının incelenmesinin önemini de belirtmiştir. Yu ve Lee (2014: 225) ise; kültürlerarası turist etkileşimlerinin ve turist tutumlarının, doğrudan turist memnuniyetini etkileyen önemli bir değişken olarak vurgulamışlardır. Bu bağlamda kültürel farklılıkları anlamak ve ona uygun stratejiler geliştirmek turizm sektörü için önemlidir (Landauer, Haider ve Pröbstl-Haider, 2013: 97).

Turizmde kültürel farklılıkların ve ortaya çıkan farklı davranışların artmasıyla birlikte, kültürel farklılıkların, yerel kültürel köklerin ve mirasların anlaşılması, turistlerin kimliklerine ve değerlerine gösterilen saygı, daha fazla turist çekebilmek için belirlenen bir hedef konumundadır (Reisinger ve Crofts, 2010: 154). Farklı kültürel geçmişlere sahip çeşitli ülkelerden gelen turistlerin, farklı davranışlarını anlamak; daha fazla uluslararası turist çekebilmek için pazarlama stratejilerinin tasarlanmasında, ülkelerin turizm otoriteleri için çok önemlidir (Hsu, Woodside ve Marshall, 2013: 679). Aynı zamanda, turistlerin seyahatleri esnasında nasıl hissettikleri hakkında detaylı bilgi sahibi olunması, turizmde hizmet sağlayıcılar açısından da önem arz etmektedir (Nawijn vd, 2012: 265).

Crompton (1979: 412), turistlerin sahip olduğu sosyal ve ekonomik özelliklerin anlaşılabilmesi için, "kim, ne zaman, nerede ve nasıl" sorularının cevaplarını tarif etmenin mümkün olduğunu fakat tüm turistik davranışları açıklamada kullanılacak en ilginç soru olan "neden" sorusunun sorulmadığını belirtmektedir. Kozak (2002: 221-232) ise, turistlerin seyahat motivasyonlarının belirlenmesinde milliyet, cinsiyet ve yaş gibi önemli demografik özelliklerin incelemesi gerektiğini belirtmiştir. Böylelikle, turistlerin sistematik analizlerinin yapılması, turistleri ve turist davranışlarının daha iyi anlaşılmasını sağlayabilecektir (Jönsson ve Devonish, 2008: 399).

Farklı kùltùrlere sahip turistler, tek başlarına, aileleriyle veya arkadaş gruplarıyla tatile çıkarken farklı tercihlerde bulunmaktadır. Örneğin, Amerikalı bir turistin tek başına seyahat ederken veya ailesiyle beraber seyahat ederken yaptığı tercihlerle, bir Türk turistin tek başına veya ailesiyle beraber seyahat ederken yaptığı tercihler farklı olabilecektir. Tercihler arasındaki bu farklılığı yaratan en büyük etkenlerden biri kültürel farklılıktır (Belber, 2009: 92). Farklı toplumların farklı yaşam biçimleri onların kùltürlerini yansıtmaktadır. Kùltürlerin daha iyi analizini yapabilmek ve neden-sonuç ilişkisine yer verebilmek için, bu bağlamda çalışmanın bu bölümünde, öncelikle turist-turist ilişkilerinin niteliğine, ardından da; araştırmanın örneklemini oluşturan Alman ve Rus turistlerin kültürel özelliklerine yer verilmiştir.

2.3.1. Turist-Turist İlişkilerinin Niteliği

İnsanların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına doğrudan veya dolaylı olarak cevap veren ve etki eden önemli sektörlerden birisi olan turizmin gelişmesiyle birlikte (Gürbüz, 2002: 50), turistlerin davranışları, tutumları ve birbirleriyle ilişkileri de, önemli toplumsal olaylar haline gelmiştir. Özellikle turistlerin yaşam biçimleri ve tatildeki davranışları, turistlerin oluşturdukları kümelerin yapısı, turistlerin gittikleri yerlerdeki insanlarla ilişkileri önem taşımaktadır. Öte yandan, her yıl milyonlarca insanın katıldığı turizm olayı, toplumların yapısında da önemli değişmelere yol açmaktadır (Bozyer, 2012: 416). Toplumlararası ilişkiler sürecinden soyutlanamayan, turist-turist ilişkileri için de, insanlar arası ilişkiler konusunda ortaya çıkarılan bilgi ve bulgular geçerlidir. Ancak, turistlerin birçoğu, bir gezi kümesinin üyesi olarak yolculuk yaparlar ya da, bir gezi kümesinde yer alınlr ya da almasınlar, kendileri gibi turistlerden oluşan bir topluluk içinde konaklar, gezer ve tatillerini geçirirler. Bu yüzden turistler arasındaki ilişkiler, turistik bir ortamda gerçekleştiklerinden dolayı, kullanılan bu ortak alanın özelliklerine göre biçimlenebilmektedirler (Doğan, 2004: 72; Rızaoğlu, 2012: 256).

Turist-turist ilişkileri, hem olağan ortamlardaki insanlar arası ilişkilerden hem de turistik ortamlarda turist-yerli ve turist-görevli ilişkilerinden farklılık göstermektedir. Diğer yandan, bir bireyin, normal hayatını sürdürdüğü ortamda başkalarıyla olan ilişkilerinde sergilediği tutum ve davranışları, turist olarak sergilediği tutum ve

davranışlarının benzeri bir özellik göstermemektedir. Bir turist kümesinde, turistlerin birbirleri arasında ve bir turist kümesindeki turistlerin bir başka turist kümesindeki üyeler arasındaki ilişkilere özgünlük ve benzersizlik kazandıran sebepler aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Rızaoğlu, 2012: 256-259):

- Tatillerin kısa süreli olması, turist-turist arası ilişkilere de yansımaktadır. Bir insan turist olunca, gittiği bir turistik ortamda kısa bir süre kalacağını bilmektedir. Turistik ortamda insanlar, kurdukları ilişkilerin geçici olduğunu ve kısa bir süre sonra sona ereceğini bilerek ilişki kurarlar ve davranışlarda bulunmaktadırlar. Böylece, turist-turist arası ilişkilerin geçici nitelik taşıması, olağan ortamlarda sergilenen sorumlu davranışları ortadan kaldırmakta ve turistlerin birbirleriyle ilişkilerinde kural dışı, garip ve olabildiğince özgür davranışlar sergilemelerine yol açmaktadır.
- İnsanların olağan ortamlarındaki ilişkileri kurumsal ve örgütsel kurallar, işlemler ve kalıplar veya kültürel değerlerce biçimlenmektedir. Hâlbuki turistik ortamlarda turist-turist arası ilişkiler herhangi bir kısıtlamaların yada kuralların geçerli olmadığı ilişkiler haline gelmektedir.
- Tatillerin elbet bir bitiş sürelerinin olması, gereksinimlerin ve ihtiyaçların o anda karşılanmasına yönelik ilişkiler ve davranışların sergilenmesine neden olmaktadır. Tatile çıkan insanların farklı beklentileri ve gereksinimleri olmakla birlikte bu beklentilerin ve gereksinimlerin karşılanması tek amaçtır. Turist kümesi bu amaca göre yapılaşmakta ve küme üyeleri arasındaki ilişkiler, iletişim ve etkileşimler bu tek veya ortak amaca göre biçimlenmektedir.
- İnsanın turist olması demek yabancı olması demektir. Turistler yabancı olmalarının yerliler tarafından sömürülebilmelerine bir zemin olabileceği inancını ve endişesini taşımaktadırlar. Oysa turistler arasında böyle bir sömürülme endişesi söz konusu olmamakta, hatta yabancılıklarını yerlilerin sömürme olanaklarına karşı birleştirmekte ve birbirlerini bu sömürülere karşı uyardır ve uyanık olmada bir kalkan olarak kullanmaktadırlar.
- Bir turist kümesinde turistler arasındaki ilişkiler yüz yüze kurulan ilişkiler şeklinde gerçekleşmektedir. Turistlerin yüz yüze olma durumları, turist kümesi içerisindeki iletişimlerin ve etkileşimlerin şiddetinin artmasına neden olmaktadır.

- Turist-turist ilişkileri kurulurken, kümede yer alan üyeler özgürdürler ve ilişkiler özgürlük-eşitlik ilkesine göre demokratik bir şekilde kurulmaktadır. Bunun bir sonucu olarak turist-turist arası ilişkilerde elde edilen çıktılar nicelik olarak düşük ancak nitelik olarak yüksek olmakta; kümeyi oluşturan üyeler arasındaki ilişkiler iyi geçinme yönünde çalıştırılmakta ve üyelerin birbirlerine yardımcı olmaları sağlanmaktadır.
- Bir turist, diğer insanlarla ilişkilerini yeni deneyimlere açık olarak kurmak ve geliştirmek istemektedir. Turist, ilişkilerinde yenilik, değişim ve heyecan aramaktadır. Dolayısıyla, turistin bu isteğinin derecesi kurmuş olduğu ilişkilerine de yansımaktadır ve bu istek derecesi turist-turist ilişkilerine şekil vermektedir.

Turist-turist ilişkilerinin genel özellikleri ve genel yapıları itibarıyla; turizmin kültürler arası bir etkileşim ve iletişim olanağı sağlaması, hem seyahat kabul eden toplum kültürünü hem de kendi toplumu kültürünü yakından ilgilendirmesi, bu kavramın sosyolojik temelli bir olgu olarak nitelendirilmesini sağlamaktadır. Çünkü yapılan seyahatler esnasında ortaya çıkan ilişkiler ve etkileşimler bütünü ve bu bütün içerisinde ortaya çıkan karşılıklı tutumlar, pek çok yapıda olumlu ve olumsuz çeşitli değişikliklere neden olmaktadır (Sağır, 2011: 50). Örneğin; Heimtun ve Jordan (2011, 271-290), yapmış oldukları araştırmada, tatile giden bayan arkadaş grupları arasındaki kişiler arası çatışmaları araştırarak, tatil deneyimlerini nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Yapılan araştırma ile birlikte, bireylerin birlikte tatil deneyimi yaşayarak, turist olmaları halinde, bu durumun dostluk ve arkadaşlık ilişkilerine olan etkisini ölçmeyi amaçlamışlardır. Kişiler arası çatışmaları cinsiyet değişkenine bağlı olarak değil, bir turist olarak, günlük bazda arkadaşlar ile geçirilen daha fazla zamana bağlı olarak değerlendirmişlerdir. Araştırma sonucuna göre ise; denekler, tatil sonrasında hala arkadaş olduklarını ancak; muhtemelen birlikte tekrar tatile gitmeyeceklerini, beraber tatile gidilmezse bazı arkadaşlıkların daha uzun süreceğini ve tatil süresince arkadaşlarıyla tercihlerinin birbirinden farklı olduğunu ifade etmişlerdir.

Daha önceden birbirini tanımış olan bireyler birlikte tatile çıktıklarında dahi; çeşitli amaçlardan, farklı yapılardan, birbirine uymayan düşüncelerden ve turistik ortamın özelliklerinden dolayı anlaşmazlıklar ya da uyumsuzlaşmalar yaşayabilmektedirler. Bu durum da, daha önceden birbirini tanımayan ve hiç görmemiş olan farklı

kültürden olan turistlerin karşılaşmalarının ne denli güç bir ortamda gerçekleştiğine işaret etmektedir. Bu nedenle bu bölümü izleyen kısımlarda, Alman ve Rus turistlerin kültürel özelliklerinin açıklanmasına yer verilmiştir.

2.3.2. Alman Turistlerin Kültürel Özellikleri

Almanya, II. Dünya Savaşı sonrasında, savaşı kazanan devletler tarafından Batı ve Doğu Almanya olmak üzere ikiye bölünmüştür (1949). Batı Almanya, 1955 yılında NATO'ya katılmış, Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun (AKÇT) (1951) ve Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun (AET) kurucu üyelerindedir (1957). Doğu Almanya ise Soğuk Savaş süresince, Avrupa'da siyasi anlamdaki Doğu-Batı geriliminin sembolü olmuştur (Ermağan, 2012: 75). Almanya'da bazı kentlerde veya bölgelerinde 50'nin üzerinde farklı toplumdaki farklı insanlar yaşamaktadırlar (Esen, 2011: 33). Almanya'da diğer Avrupa ülkelerine benzer bir şekilde yaşanan "yabancı" düşmanlığı neticesinde, bu ülkede yıllardır yaşayan, tüm hayatlarını orada geçirmiş olan ve hatta orada doğmuş, evlenmiş, çocuk sahibi olmuş insanlar dahi halen dışlanabilmektedir (Yeşilyurt Gündüz, 2011: 104). Alman halkı, genellikle Franklar, Saksonlar, Suablar ve Bavyeralılar gibi çeşitli Alman kavimlerinin kaynaşmasıyla oluşmuştur ve halk gruplarına çeşitli karakteristik özellikler yüklenmektedir. Örneğin, Mecklenburglular içine kapanık, Suablar tutumlu, Renliler neşeli ve Saksonyalılar çalışkan ve açıkgoz olarak tanınmaktadırlar (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Müfettişliği, 2005: 9).

Genel olarak Alman karakterinin temelini "disiplin" oluşturmaktadır. Almanlar, bir şeyi söyleyenden ziyade, söylenenler üzerinde odaklanmaktadırlar. İletişimde nitelik ve doğrudan olma ön plandadır. Güçlü itaat, otoriteye saygı, güçlü milliyetçi eğilimler ve ülke için fedakârlık istekleri Alman toplumunda oldukça belirgindir. Alman kültüründe bireycilik ve bireysel haklar ön plandadır. Örneğin, "dinlenme zamanı" Alman kültüründe en dokunulmaz bireysel haklardan biri olarak yer edinmiştir (Avcıkurt, 2009: 128-129).

Alman turistleri algılamaya yönelik olarak Polatoğlu'nun (2004: 23-25), yapmış olduğu araştırma sonucuna göre; Almanlar, genelde pahalı turları tercih etmemektedirler ve ekstra turların birçoğuna katılım göstermektedirler. Genel olarak

tatilleri boyunca katıldıkları aktivitelerde disiplinlidirler ve aynı zamanda dakiktirler. Yaşamış oldukları şikâyetlerini direkt olarak yetkili yerlere bildirme eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır.

Rehberlerin bakış açısıyla turistleri algılamaya yönelik olarak, Köroğlu ve diğerlerinin (2007: 657) yapmış oldukları çalışma sonucuna göre; Alman turistlerin neşeli oldukları, konaklamaları boyunca konfor aradıkları, ilke sahibi oldukları ortaya çıkmıştır.

Aksu ve diğerlerinin (2008: 96-97), yapmış oldukları çalışmaya göre ise; Antalya yöresine gelen Alman pazarındaki turistlerin büyük kısmı genç yaştadır, genelde aile ya da arkadaşları ile seyahat etmektedirler, yıllık geliri nispeten yüksektir, Antalya yöresinde daha çok 10 günden az kalmaktadırlar ve planlarını uzun bir süre öncesinden yapmaktadırlar. Genel olarak da; senede bir kez yurt dışında tatile gitmektedirler ve konaklamaları süresince sıklıkla otel dışına çıkmaktadırlar.

Albayrak, Caber ve Bideci'nin (2014: 72), yapmış oldukları Alman, İngiliz ve Hollandalı turistlere yönelik araştırma sonucuna göre de; Alman katılımcılar için tesisin şöhreti önem taşımazken, otel etrafında gezi imkânı diğer milliyetlere göre daha fazla öneme sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Almanların sadece otelin içinde vakit geçirmek istemedikleri, yakın çevreyi de tanımak istedikleri şeklinde yorumlanabilmektedir.

Güzel ve Köroğlu (2015: 15-17), rehberlerin bakış açısıyla milliyetlerin turlarda sergilemiş oldukları olumlu ve olumsuz davranış kalıplarını şu şekilde gruplandırmışlardır; Alman turistler genel olarak, grup ortamına hemen uyum sağlamaktadırlar. Zaman konusunda da dakik davranmaktadırlar ve gittikleri ülkeye ve kültüre ait her şeyi öğrenmek istemektedirler. Alışveriş yapmayı sevmektedirler ve dini mekânlara saygı göstermektedirler. Alman turistlerin olumsuz özellikleri olarak ise; turlarda hatayı kabullenmemeleri ve rüküş giyinmeleri sonuçları ortaya çıkmıştır.

Yüksek düzeyde sorumluluk duygusuna ve beceriye sahip olan Almanlar (Şişman, 1996: 6), Türk turizm endüstrisinde önemli bir yere sahip olup, bu pazarın en önemli tüketicisi konumundadırlar (Özdipçiner, 2010: 25). Genel olarak Almanya'da toplam nüfusun yaklaşık %74'ü tatile çıkmaktadır ve bu oranın yüksek oluşu, seyahat

etmenin Almanlar için bir ihtiyaç olduğunun göstergesidir (Çelik Uğuz, 2012: 178). Aynı zamanda, Alman turistler için seyahat noktasının yakın olması maliyetleri düşürmesinin yanı sıra kolay ulaşım, konfor ve tanınmışlık gibi faktörler de önemli görülmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Müfettişliği, 2005: 11, 17, 23; Erol ve Hassan, 2013: 9).

2.3.3. Rus Turistlerin Kültürel Özellikleri

1917'den önce Rusya, Çarlar (imparatorlar veya krallar) tarafından otokraziyle yönetilen, ekonomik olarak geri kalmış bir ülke idi. Rusya 1854-1855 Kırım Savaşı ve 1904-1905 Japon Savaşlarıyla birlikte güçsüzleşmişti ve Rus halkı, 1905'e gelindiğinde, dikkate değer derecede gerginleşmiş bir durumdaydı. I. Dünya Savaşı'nda (1914-1915), Rusya yine kötü durumdaydı ve bu savaşta daha önceki savaşlardan daha ciddi sonuçlar alınmıştı, çünkü bu savaşa çok fazla sayıda insan katılmıştı. Genel olarak Rus ordusunda 15 milyon asker vardı ancak Rusya'nın bu askerleri Almanlara karşı donanımlı hale getirmeye gücü yetmemişti. Gıda ve yakıt kıtlığı pek çok insanın ciddi sıkıntılar çekmesine neden olmuştu çünkü kaynakların büyük bir kısmı savaş için kullanılmıştı (Giddens, 2000: 534-535). Savaş sonrasında ise; her ne kadar birçok Rus vatandaşının yoksulluk sınırının altında kaldığı tahmin edilse de, ülkedeki vatandaşların büyük çoğunluğu savaş sonrasındaki ekonomik büyümeden faydalanmaktaydı. Özellikle Moskova gibi büyük şehirlerde yaşayan orta sınıfın gelişmesine 1990'lı yıllarda gerçekleşen reform hareketleri büyük katkılar sağlamıştır (Asanbekova, 2007: 64).

1990'a kadar Rusya Federasyonu'ndan Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 10 binler ile ifade edilirken, 1990'dan sonra bu sayı milyonun üzerine çıkmıştır. İlk başta bavul ticareti temelinde başlayan gelişme, sonraki yıllarda beraberinde tatil amaçlı seyahatleri de getirmiştir. Rus turistlerin tatil amacıyla Türkiye'yi tercih etme nedenlerinin basında ucuzluk, coğrafi yakınlık, hizmet kalitesi ve vize kolaylığı gelmektedir. Aynı zamanda Rus turistler için turistik ürün seçim kriteri; ürünün sağladığı yarar ve ürünün fiyatıdır (Asanbekova, 2007: 66; Taysumov, 2010: 2; Yıldırım ve Tayfun, 2010: 55-56).

Genel olarak Ruslar; sabırlı, dayanıklı, ustalıklı, ince tartışmalara beslediği zevki, bazen hilekârlık derecesine varan kurnazlığı ve bazen yabani, insan yaşamına fazla önem vermeyen, birdenbire coşan, konuşkan bir millet olarak tarif edilmektedirler. Bunların yanı sıra, dışarıdan bakıldığında kaba ve kültürsüz insanlarmış gibi görünmelerine rağmen Rusların, gerçekte ince espri anlayışı olan ve şakacı insanlar oldukları da söylenmektedir. Refahın eşit dağılmadığı Rus toplumunda, hiyerarşi önemli bir yer tutmakta ve güç mesafesi oldukça büyüktür. Rus kültüründe bireycilik, kişisel kazançlar ve kendine dönük olmaz hoş karşılanmaz. Rus değerleri genellikle erillikten ziyade dişil kültürel değerleri yansıtmaktadır. Para ve maddi değerlerden çok arkadaşlar, aile yaşamı, sosyal ilişkiler ve kültürel yaşama önem verilmektedir (Avcıkurt, 2009: 134-135).

Demirci Orel ve Memmedov'un (2004: 11), yapmış oldukları çalışmada, "Saray" sözcüğünün Rusçada "ahır, bodrum katı" gibi anlamlara geldiğini ifade ederek, turizm bölgelerinde adında "Saray" kelimesi geçen birçok tesis olduğunu ve bu tür adlandırmanın Rusya pazarına yönelik pazarlama çalışmaları açısından doğru bir seçim olup olmadığını belirlemek istemişlerdir. Araştırmaya katılanların %30'u adında "saray" kelimesi geçen bir otelde tatil yapmaktan rahatsızlık duyacaklarını, %70'lik kesim ise hiçbir rahatsızlık duymayacağını belirtmişlerdir. Rusya'dan gelen turistlerin hemen hemen hepsi "saray" kelimesinin Türkçe karşılığını bilmektedir. Bunun en büyük nedeni ise, turistlerin havaalanından otellere transferi sırasında rehberlerin bu gibi konularda turistleri aydınlatmış olmalarıdır. Buna rağmen, "bu tür tesislerde tatil yapmaktan rahatsızlık duyarım" diyenlerin var olması bu tür isimlendirmelerin karşılıklı iletişim kurma ve pazarlama açısından pek de başarılı bir seçim olmadığını göstermektedir.

Turistleri algılamaya yönelik olarak Polatoğlu'nun (2004: 23-25), yapmış olduğu araştırma sonucuna göre; Rus turistler, deniz-güneş-kum tatil anlayışını tercih etmektedirler. Ekstra turlara çok fazla katılmazlar ve aksilikleri sorun etmemektedirler. Yine rehberlerin bakış açısıyla turistleri algılamaya yönelik olarak, Köroğlu ve diğerlerinin (2007: 657) yapmış oldukları çalışma sonucuna göre; Rus turistlerin, eğlenceli, düzensiz ve umursamaz oldukları ve saygısız oldukları ortaya çıkmıştır.

Aksu ve diğçerlerinin (2008: 96), yapmış oldukları çalışmaya göre ise; Antalya yöresine gelen Rus pazarındaki turistlerin büyük çoğunluğu kadınlardan oluşmaktadır ve genç bir nüfusa sahiptirler. Yine Alman turistler de olduğu gibi; yılda bir kez yurt dışında tatile çıkmaktadırlar, genelde aile ya da arkadaşları ile seyahat etmektedirler, Antalya yöresinde 10 günden az kalmaktadırlar ve konaklamaları süresince otel dışına çıkmaktadırlar. Alman turistlerden farklı olarak ortaya çıkan özellikler ise; çoğunlukla yıllık geliri düşük kişilerdir ve tatil planlarını nispeten daha kısa bir süre öncesinden yapmaktadırlar.

Güzel ve Köroğlu (2015: 15-17), rehberlerin bakış açısıyla milliyetlerin turlarda sergilemiş oldukları olumlu ve olumsuz davranış kalıplarını şu şekilde gruplandırmışlardır; Rus turistler, turda yemeyi-içmeyi severler, alışveriş yapmayı ve zamanlarını denizde geçirmeyi sevmektedirler. Rus turistlerin olumsuz özellikleri olarak ise; kültür gezilerine ilgisiz olmaları, bahşış vermemeleri, kolay memnun olmamaları ve grup psikolojisine duyarsız olmaları sonuçları ortaya çıkmıştır.

Farklı kültürden insanların ne düşündüklerini anlamak, onların kültürel değerlerinin ne anlamlara geldiğini bilmek, karşı gruba geliştirilecek olan tutum ve davranışları etkilemektedir (Lo, Law ve Cheung, 2011: 829; Karataş ve Ersoy, 2012: 85). Turistlerin birbirleri ile olan ilişkilerini daha iyi bir şekilde anlayabilmek ve analiz edebilmek için; turist-turist ilişkilerini ifade etmekte yararlanılan çeşitli teoriler bundan sonraki kısımda incelenecektir.

2.4. TURİST-TURİST İLİŞKİLERİNE AİT TEORİLER

Turistler arasındaki iletişimin merkezi olarak rol üstlenen bir hizmet endüstrisi olan turizm (Ekiz ve Köker, 2010: 2860), farklı kültürel özelliklere sahip olan birçok insanı bir araya getirme olanağı yaratmaktadır. Tatillerini geçirmek için konaklama işletmelerinde bir araya gelen turistler, birbirlerini tanıma ve birbirleri hakkında fikir edinme şansına da sahip olmaktadır (Dönmez ve Çakıcı, 2013: 38). Turistlerin birçoğu, bir gezi kümesinin üyesi olarak yolculuk yaparlar ya da, bir gezi kümesinde yer alınlr ya da almasınlar, kendileri gibi turistlerden oluşan bir topluluk içinde konaklar, gezer ve tatillerini geçirirler. Turistik ortamlarda bulunan turistlerin,

amaçlarına, konumlarına ve toplumsal özelliklerine bağlı olarak, aralarındaki ilişkiler de değişebilmektedir (Doğan, 2004: 72).

Turistler, ait oldukları toplumdaki tüm insanların özelliklerini yansıtan homojen bir grup değildir fakat kendilerine has, oldukça farklı geçmişleri, tercihleri ve davranış kalıpları mevcuttur. Bir sosyal aşama olarak, turizmin diğer bir boyutu da turist-turist karşılaşmalarıdır (Yagi, 2001: 22). Genel olarak ifade etmek gerekirse; turistlerin diğer turistlerle olan ilişkilerinde çok yönlü bakış açıları göze çarpılmaktadır (Avcıkurt, 2009: 72). Bu nedenle turizm endüstrisinin önemli sorumluluk alanlarından biri olan; bu endüstriyi oluşturan bireylerin, diğer bir deyişle turistlerin davranışlarının ve çeşitli özelliklerinin anlaşılması (Özel, 2010: 28) için; turistler arasındaki ilişkilerin nasıl oluştuğu ve ilişkilerin temelini teşkil eden etmenlerle, ilişkiler sonucu sergilenen davranışların incelenmesi ve anlaşılması için, ilerleyen bölümde, turist-turist ilişkilerine ait farklı teorilerin incelenmesi önem arz etmektedir.

2.4.1. Rekreasyon Çatışma Teorisi

Çatışmalar; insan topluluklarının bulunduğu her yerde mevcut olan, karşılıklı etkileşim sonucunda ortaya çıkan doğal bir olgudur ve her toplumda çeşitli tür ve şekillerde, az veya çok bulunan ve varlığını yaşamın her alanında hissettiren kaçınılmaz bir olgu olarak düşünülmektedir (Sökmen ve Yazıcıoğlu, 2005: 2; Özmen ve Aküzüm, 2010: 67; Arslantaş ve Özkan, 2012: 232; Güllüoğlu, 2013: 193). Çatışma, diğer bir ifade ile uyumsuzluklar; insan hayatının her safhasında karşılaşılan sosyal-psikolojik gerçeklerinden birisidir ve savaşımlardan, rekabete ve başkalarından hoşlanılmamasına kadar çeşitli benzer birçok durumu ve olayları içermektedir (Aktaş ve Kılınç, 2007: 77; Özmen, Aküzüm ve Aküzüm, 2011: 87). Çatışma, iki veya daha fazla kişi veya grup arasındaki çeşitli sebeplerden ortaya çıkan anlaşmazlık durumu olarak da ifade edilebilmektedir (Yelkikalan, 2006: 198; Karcıoğlu, Kâhya ve Buzkan, 2012: 79; Sığı ve Dinçer, 2013: 202).

İnsanların temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmaması hususunda; sıkıntı ve olumsuz bir duruma bağlı olarak, sınırlı kaynakların ve farklı değer yargıların varlığı ile başlayan süreç, çatışmalara neden olmaktadır (Arslan, 2006: 77; Üngüren, 2008:

882; Yürür, 2009: 24). Ayrıca, kıt kaynakların varlığı da; kaçınılmaz olarak bu kaynakların dağılımında kavgalar ve çatışmalar yaratmaktadır (Turner, 1991: 2).

Çatışmalar, bir bireyin davranışlarının diğer kişilerin gereksinimlerine ters düşmesi, birbiriyle çelişen dürtüler veya isteklerden kaynaklanmaktadır (Doğan, 2010: 39; Öz ve Hiçdurmaz, 2012: 2). Bir küme içindeki bireylerin üstlendiği roller, hem bütünleyici hem de uyumsuz yönleriyle etkileşimi sürdürürken, etkileşim sonucunda işbirliği ya da çatışma davranışları da gözlemlenebilmektedir (Akçakaya, 2003: 3; Ergil, 2012: 70). Bununla birlikte; Krishnamurti (2012: 73), çatışmanın hiçbir zaman önlenemeyeceğini ve çözüm olarak da çatışmanın doğasını anlamak gerektiğini vurgulamaktadır.

Söz konusu çatışma kültürden önemli ölçüde etkilenmektedir ve kültürün kişilerarası etkileşimlerdeki rolü büyük önem arz etmektedir (Kocaman, Kocaman ve Çakır, 2012: 169). Genel olarak insanlar arasındaki farklılıklar kimi zaman kişilerarası ilişkilerde zenginliğe neden olurken, zaman zaman da çatışmaya neden olmaktadır (Sargın, 2010: 604). Ralph Dahrendorf'un (1959) çatışma teorisinde bulunan toplum niteliklerini şu şekilde ifade etmek mümkündür (Kaya, 2000: 196; Aksoy ve Kaplan, 2005: 135; Slattey, 2012: 184):

- Çatışma toplumu bir arada tutar ve toplumsal bütünleşmenin temeli, uzlaşma değil aksine baskı ve kitlelere boyun eğdirme gücüdür.
- Genel olarak belirtmek gerekirse; her toplum her durumda ve her an bir çelişkiye düşme durumuna açıktır ve bu durum sonucu da çatışmaya dayanır.
- Çatışma ve çelişki olguları toplumun doğal yapısında bulunan temel bir özellik olup sürekli her yerde mevcuttur.
- Çatışma demokraside zorbalığı ve gücün kötüye kullanımını engellemenin, bireysel haklar ve hukukun gücünü artırmanın ve güce sahip olanlar üzerinde kontrolü sürdürmenin temel mekanizmasıdır.
- Toplumu meydana getiren her unsur, toplumun bütünleşmesine, diğer bir ifade ile değişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu durumda her toplumun her zaman değişime açık olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Rekreasyon çatışma teorisine ilişkin çalışmaların çoğu, Jacob ve Schreyer'in (1980), bu alandaki 10 Hipotezi'nin kavramsal çerçevesine dayanmaktadır (Yagi, 2003: 45). Çatışma teorisi kapsamında geliştirilen ve "başkasının davranışına bağlanan amaç çatışması" olarak tanımlanan rekreasyon çatışması; "rekreasyon faaliyet tarzı", "kaynak özelliği", "deneyim biçimi" ve "yaşam tarzı" olarak sınıflandırılan dört faktöre göre değişim gösterebilmektedir ve aynı zamanda bu faktörlerden de etkilenebilmektedir (Avcıkurt, 2009: 73). Jacob ve Schreyer'in (1980) 10 Hipotezi'nde yer alan faktörler ile önermeler Tablo 11'de özetlenmiştir.



Tablo 11. Jacob ve Schreyer'in (1980) 10 Hipotezi

FAKTÖRLER	ÖNERMELER
Rekreasyon Faaliyet Tarzı	<p>1.Daha az katılımcı ile ortaya çıkan bir sosyal etkileşimin sağlıklı olma ihtimali ve daha yoğun faaliyet tarzının da daha büyük çatışma ile sonuçlanma olasılığı mevcuttur.</p> <p>2.Özel aktivite türü, bilinçli aktivite türü ile zıt düşerse, çatışma ortaya çıkar. Çünkü özel aktivite türü, diğer katılımcıların statü hiyerarşisiyle alakalı statü sembollerini görmezden gelir.</p> <p>3.Karşılıklı etkileşim temelli statülerde, yüksek statü arzu eden bir katılımcı, daha düşük statü sahibi olarak görülen diğer katılımcıyla etkileşime girmek zorunda kaldığında çatışma meydana gelir.</p> <p>4.Aynı statü hiyerarşisini paylaşmayan katılımcılar arasında çatışma oluşur.</p> <p>5.Kaliteli bir deneyimi oluşturan beklentiler ne kadar belirgin ise, çatışma ortaya çıkma potansiyeli de o kadar fazladır.</p>
Kaynak Özelliği	<p>6.Kaynak kalitesinin değerlendirilmesi: alanın, mekânın özelliklerini emsalsiz gören bir kişi, daha düşük değerlendirmeye neden olan bir davranış ile karşılaşır, çatışma oluşur.</p> <p>7.Aitlik duygusu: kullanıcıların kaynağa doğru sergiledikleri sahiplik duygusu, geleneksel kullanımı ve davranış normlarını bozabilecek şekilde algılanırsa, kullanıcılar arasında çatışma oluşur.</p> <p>8.Statüler: yüksek statülü kullanıcılar, alan ile yakın ilişkiyi sembolize eden kullanıcılar ile etkileşime girmek zorunda kaldığında çatışma oluşur.</p>
Deneyim Biçimi	<p>9.Odaklanmış durumdaki kişi odaklanmamış durumdaki kişi ile etkileşime girmek zorunda kalırsa çatışma oluşur.</p>
Yaşam Tarzı	<p>10.Gruplar arasındaki farklılıklar, rekreasyon hedeflerine tehdit olarak değerlendirilirse, bir grup diğer grupla karşılaştığında çatışma oluşur.</p> <p>İki Yaygın Kalıp Yargı Teması:</p> <ul style="list-style-type: none">• Teknoloji ve kaynak tüketimi• Önyargı (etnik, ırksal ve sosyal sınıf ayrımı)

Kaynak: Yagi, Chemi. (2003). *Tourist Encounters with Other Tourists*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, James Cook University, Australia, s.46.

Tablo 11'e göre; rekreasyonel çatışmalar, kişilerarası çatışma (gruplar arasındaki müdahale) ve toplumsal değerler çatışması olarak da gözlemlenebilmektedir (Zeppel, 2010: 94). Rekreasyon faaliyet tarzı açısından çatışma kuramına bakıldığında, yoğun rekreasyon faaliyet biçiminin olduğu bir yerde, sosyal etkileşim fazla olacağından çatışma olması söz konusu olabilmektedir. Rekreasyon kaynağının özelliği (niteliği) açısından ise, herhangi bir yerin (turistik yer, alan vb.) niteliklerini emsalsiz (benzersiz) gören biri ile o yere daha düşük düzeyde önem veren başka birinin davranışları arasında bir çelişki ortaya çıkabilmektedir. Bu da çatışmaya yol açabilmektedir. Deneyim biçimi incelendiğinde ise; deneyim kazanmaya odaklanmış biri ile faaliyetten herhangi bir deneyim beklemeyen veya aktivite ya da turistik çekiciliği olan yer veya nesneye yüzeysel yaklaşan birinin etkileşimi çatışmaya yol açabilmektedir ve son olarak, yaşam tarzı çeşitliliğine gösterilen hoşgörü de rekreasyon çatışmasında belirleyici rol oynayabilmektedir. Eğer grup farklılıkları, rekreasyon amaçlarına potansiyel bir tehdit olarak algılanırsa ya da farklı yaşam tarzlarına sahip gruplar hoş karşılanmaz ise, birbirine ters düşen iki grubun üyeleri arasında sürtüşme de doğabilmektedir (Topaloğlu ve Boylu, 2006: 3; Avcıkurt, 2009: 73).

2.4.2. Temas Hipotezi

İletişim araştırmacıların çoğu, temas hipotezinin, bireyler arasındaki ayrıma son verebilmek ve daha iyi bir toplum oluşturabilmek için gerekli potansiyele sahip olduğunun altını çizmektedirler (Esses ve Dovidio, 2002: 1202; Dixon, Durrheim ve Tredoux, 2005: 707). Farklı kültüre sahip bireyler arasındaki sosyal temas, kültürel farklılıklardan kaynaklanan etkileşim zorluklarına ve aynı zamanda katılımcılar arasındaki memnuniyetsizliğe de neden olabilmektedir (Reisinger ve Turner, 1998b: 175).

Allport (1954) tarafından yapılan bir araştırmaya göre; taraflar arasında birebir temas ve etkileşim, sadece belli koşullar sağlandığında olumlu sonuçlar ortaya çıkarabilecektir. Söz konusu koşullar; grupların eşit bir statüde olmaları, ortak hedefe sahip olmaları, gruplar arası işbirliği sağlanması ve yetkililerin destek vermesidir. Bu bağlamda, gruplar arasındaki sosyal mesafenin artmasını sağlamak

ve önyargı oluşumunu önlemek için, 1950'li yıllarda bir hipotez olarak ortaya atılan temas hipotezi genel olarak şu önermeye dayanmaktadır; eğer farklı toplumlardan oluşan gruplar arasında etkileşimsizlikten kaynaklanan bir önyargıyı varsa, bu durumun tersi olarak; birbirini olumsuz yönlü değerlendiren grup üyeleri arasında olumlu etkileşimler aracılığıyla temas sağlamak da önyargının azalmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle birbirini olumsuz olarak algılayan ve değerlendiren grupların üyeleri arasında etkileşim sağlanırsa, kalıp yargıların varlığı ve nedenleri sorgulanmaya başlayabilmektedir. Söz konusu hipoteze göre; birbirine önyargılı olan grupların tarafsız bir ortamda bir araya gelmeleri sonucunda olumlu ilişkiler geliştirilebileceğine ve birbirlerine karşı olan bakış açılarının değiştirilebileceğine inanılmaktadır (Pettigrew, 1998: 66; Çuhadar Gürkaynak, 2012: 3). Temas hipotezi farklı grupların üyeleri arasında doğru koşullar sağlandığı takdirde, gruplar arasındaki negatif tutum ve yargıların azalacağını öngörmektedir (Dixon ve Durrheim, 2003: 2).

Çeşitli gruplar arasındaki, bireylerin kurabileceği temas miktarı yoğunlaştırılarak, grupların karşılıklı birbirlerini tanımaları için bir fırsat yaratılmaktadır ve grup üyeleri arasındaki etkileşim, karşılıklı anlayışı ve kabul görmeyi de artırmaktadır. Dolayısıyla bu şekilde grup içi önyargı, gerginlik ve çatışmalar azaltılabilmektedir (Sönmez ve Apostolopoulos, 2000: 35). Gruplararası iletişim, bireyin karşı grup hakkında bilgi edinmesini kolaylaştırırken, karşı gruba olan önyargısını da azaltmaktadır (Pettigrew ve Tropp, 2008: 923; Dhont, Hiel ve Hewstone, 2014: 27).

Genel olarak gruplar arasında temas eksikliği gruplar arasındaki sınırların daha fazla belirgin olmasına yol açmaktadır (Hewstone ve Greenland, 2000: 140). Toplumsal temas ve karşılıklı bağımlılığın farklı dereceleri, çatışma sürecini de doğrudan etkilemektedir. Temas hipotezi, çeşitli amaçlarla, özellikle de ırklar arası ilişkileri iyileştirmek için uygulama alanı bulmuştur. Ancak, sadece yalın temas yoluyla farklı ırk ve kültürler arası uyumu iyileştirmek pek olumlu sonuç vermemiştir. Buna karşılık, işbirliğine dayalı temas veya etkileşim yaklaşımının daha olumlu sonuç verdiği gözlemlenmiştir (Avcıkurt, 2009: 94; Aydınalp, 2010: 191).

2.4.3. Sosyal Mübadele Teorisi

1964 yılında sosyal mübadele teorisini geliştiren Blau, sosyal değişimi ekonomik değişimden ayıran ilk kişidir. Blau'ya göre, sosyal değişim gelecekteki ilişkileri açıklar ve ekonomik değişimler gibi, sosyal değişim de, geleceğe yönelik bazı kazanımlar konusunda beklentiler yaratmaktadır. Sosyal mübadele teorisi, en fazla ödül alma arzusuyla motive edilme ile kayıpları en aza indirme arasındaki sürecin gerçekleştiği insan davranışının ekonomik bir modelidir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008: 361-362). Mübadele kavramı, bu teoride iki farklı açıdan incelenmiştir. Bunlardan birisi olan sosyal mübadelede, alışveriş aşamasında alışverişe kaynaklık eden tarafın karşılık beklentisi yoktur. Bu ilişki biçiminde, alışverişe konu olan faktörler herhangi bir biçimde pazarlığı yapılmayan veya birbirleriyle kıyaslanmayan kavramlardır. Bu kavramlar, maddi olarak anlatılmayacak ve karşılığı beklenmeyecek olsa da, ileriki dönemler için tarafları yükümlülük altında bırakabilecektir (Berber, 2008: 16). Sosyal mübadele teorisi genel olarak, yardım etme davranışıyla, kişisel adalet duygusu arasındaki ilişkiyi açıklamakta kullanılmıştır (Naumann ve Bennett, 2002: 362).

Simmel (2013: 32), toplumsal etkileşimin toplumun temeli olduğunu ve mübadelenin de "en saf sosyolojik olay, en mükemmel etkileşim formu" olduğunu belirterek, mübadelenin hayati bir toplumsallaşma biçimi olduğunu belirtmiştir. Sosyal mübadele teorisinin temelinde, bireylerin karşılıklı olarak ortak fayda elde edebilmeleri yer almaktadır (Lyons ve Scott, 2012: 66). Tarafların edindikleri/sağladıkları ödül ve katlandıkları/sebebiyet verdikleri bedel analizini yapan sosyal mübadele teorisi, insanlar arasındaki etkileşimlerin; kazanımların (ödüllerin) maksimize edilmesi ve katlanılan maliyetlerin (bedellerin) minimize edilmesi kapsamında gerçekleştiğini ileri sürmektedir (Erdoğan, 2013: 25). Bu teori, bireylerin fayda getirici davranışların düzeyini ölçtükten sonra, adaletsizliğe tepki gösterdiğini ifade etmektedir (Scott ve Colquitt, 2007: 290).

Bireylerde geliştirilen tutum ve verilen tepkilerin değişikliği ve kültürlerarası anlayış sorunları turizm alanında yapılan çeşitli çalışmalarla araştırılmıştır (Pizam, Uriely ve Reichel, 2000: 397). Besculides, Lee ve McCormick (2002: 306), bireylerin turizmden iki farklı şekilde kültürel fayda elde edebileceğini ifade etmişlerdir. İlk olarak, turizmin diğer kültürlere ev sahipliği rolü üstlenmesinden dolayı, karşılıklı

hoşgörü ve anlayış ortamı oluşabilecektir. Diğer ise, yabancılara kişinin kültürünü sunma fırsatı yaratabilmesinden dolayı, toplum içinde yaşamının ne anlama geldiği fikrini güçlendirebilecektir. Genel olarak turistik bölgelerde yaşayanlar yoğun bir şekilde farklı kültürlerden insanlarla mevsimlik ya da yıl boyunca temas halinde olma ya da ilişki kurma şansına sahip olmaktadır. Bunun yanında turistik bölgenin, yeni iş alanları, gelir ve istihdam yaratması da mümkün olabilmektedir (Tuna, 2007: 24). Sosyal mübadele teorisi, turizmden fayda sağlayan kesimlerin turizmin olumlu etkilerini daha yüksek düzeyde algılayacakları sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Avcıkurt, 2009: 96). Aynı zamanda, Ward ve Berno (2011: 1557) da yapmış oldukları araştırmada, turizmde çalışanların, turizmden doğrudan fayda elde ettikleri için turizme ilişkin olumlu tutumlar geliştireceğini ifade etmektedirler.

2.5. Bütünleşik Tehdit Teorisi

Grup halinde yaşayan insanlar, hayatlarını sürdürebilmek için devamlı çevreleriyle mücadele halinde olmak ve gerekirse yeri geldiğinde de çatışmak zorunda kalabilmektedirler (Uluçınar Türkel, 2000: 105). İnsan haklarının evrensel bir boyuta ulaşmasına rağmen dünyanın bazı kesimlerinde, gruplararası ayrımcılık sorunlarının ve baskıların hala devam etmesiyle (Pratto, Sidanius ve Levin, 2006: 271), farklı kültür ve bakış açılarına sahip olan insanlar arasında da herhangi bir etkileşim ya da iletişim olduğu zaman, kaçınılmaz olarak anlaşmazlıklar ortaya çıkabilecektir (Ruggiero, 2013: 143).

Klasik sosyal psikolojik kuramlar; gruplararası ilişkilerdeki, grupların birbirlerine karşı olan tutumlarını belirlerken; “tehdit” ve “rekabet”in önemli rolünü vurgulamaktadır. Gruplararası ilişkilerde, tehdit çeşitli şekillerde algılanabilmekte ve yorumlanabilmektedir. Tehditler, sosyal, ekonomik veya politik düzeyde olabilir ve genellikle sınırlı kaynaklar üzerinde rekabet olanağı içerebilmektedir (Ward ve Berno, 2011: 1558). Farklı toplumlardaki insanlar, farklı toplumlardan gelen tüketim malları, hizmetler ve kültürel ürünlere ulaşmada aynı haklara, başka bir deyimle; özgür tüketim hakkına sahip olmalıdırlar (Tuna ve Özbek, 2012: 89). Bu yüzden kıt kaynakların varlığı, düşmanca tutum ve ayrımcı davranışlar gruplar arasında algılanan rekabetin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Kültürlerarası ilişkilerde

ortaya çıkan olumsuzluklardan bir diğeri de; diğerkültürleri kendi kültürü için bir tehdit olarak algılama inancıdır (Stephan, vd, 2000b: 242).

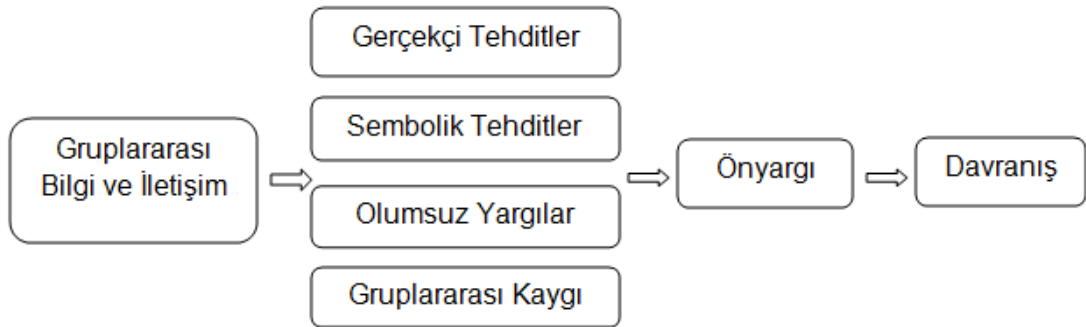
Genel olarak bütünleşik tehdit teorisi, gruplararası temas ve gruplararası ilişkilerin değişmesinin yol açtığı koşullara odaklanmaktadır. 1998 yılında, Thomas F. Pettigrew tarafından, 2000 yılında da Walter G. Stephan tarafından tutum ve davranışlar üzerinde etkisi olan tehdit algılanmaları üzerinde durulmuştur. Bu tehditler, bir grubun eylemlerine, inançlarına ya da özelliklerine karşı algılanabilmektedir. Bireyler hedeflerine ulaşmak için veya bir grup olarak yaşamlarını sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları kaynakların, başkaları tarafından kullanılmasıyla, kendilerini tehdit altında hissedebilmektedirler. Söz konusu kaynaklar, güç, bilgi, para veya malzeme gibi soyut ya da somut şekilde olabilmektedir. Kaynakların kıt olmasıyla ve kaynak eksikliği nedeniyle, gruplar kendi kimliklerini korumak için ya da hedeflerine ulaşmak ve kaynaklar için, kendilerini tehdit altında hissedip rekabet ederek diğerkuba karşı olumsuz tutum geliştirmektedirler.

Redmond (2013: 1-2), genel olarak iki ana tehdit türü olduğu ifade etmiştir. Bunlar; kişisel tehdit ve gruplararası tehdittir. Kişisel tehdit; bireyin kendi psikolojik ya da maddi kaynaklarının veya kimliğinin saldırı altında olduğunu düşündüğü zaman ortaya çıkmaktadır. Gruplararası tehdit de ise; tüm grup üyeleri tehditten etkilenmektedir. Gruplararası tehdit, kişisel tehdide de benzemektedir fakat bu tehdit tüm sosyal grup tarafından hissedilmektedir. Gruplararası tehdit, geleneksel kaynaklar veya statü için rekabet elde edebilmek için tasvir edilmiştir ve aynı zamanda sosyal karşılaştırma koşulları altında oluşmaktadır. Tehdit yokluğu ise; bireysel olarak negatif bir durumu, tepki ya da hareket olmadığını ifade etmektedir. Bu durum, bir birey veya grubun, negatif olarak bir durum algılamadıkları ya da rekabete ihtiyaç duymadıkları anlamına gelmektedir. Tehdit olmadan bireylerin kaynakları korumak için motive olabilmesi mümkün değildir. Tehdit yokluğunda bireyler, daha az basmakalıp kararlar doğrultusunda daha az önyargılı şekilde tepki verebileceklerdir. Bununla birlikte, kaynak rekabeti içerisinde bireyler iki farklı şekilde davranabileceklerdir. Bunlar; iç grup kayırmacılığı ve dış grup ayrıcalığıdır. İç grup kayırmacılığında, bir birey kendini grup üyelerinden ayrı bir şekilde tanımlayabilmektedir. Bireyler iç ve dış gruplar ile etkileşimlerinde, farklı stratejiler kullanacaklardır. Eğer bir grup üyesi gruba bağlılık duygusu hissediyorsa, aidiyet

duygusu ile birlikte, iç grup kayırma stratejisine gidecektir ve öncelikle birey olarak grubunu korumak için var olacaktır. Dış grup ayrıcalığında ise; bireyler, daha önce mevcut olmayan kaynaklara erişebilmek adına gruba girmek için motive olabilmektedirler. Grupları daha önceden oluşturulmuş olmasına rağmen, gruplarını değiştirmek durumunda kalabilmektedirler. Bu durumda da, kişi her iki gruba karşı kızgınlık ve öfke gösterebilmektedir.

Stephan ve Renfro (2002: 267), gruplararası tehdit öncülerinin, gruplararası temas, grup içi kimlik ve statü eşitsizlikleri gibi faktörlere bağlı olduğunu belirlemişlerdir. Bütünleşik tehdit teorisi, cinsiyet, ırk, cinsel yönelim, ulusal köken ve özürlülük durumu da dâhil olmak üzere, tüm dış gruplara karşı bireylerin önyargılarının boyutlarını ve tutumlarını belirlemek için tasarlanmıştır (Stephan vd, 2000a: 64). Gruplararası tehditler insanların algılamalarını, duygularını ve davranışlarını etkileyebileceği için çatışmalara zemin hazırlayabilmektedir. Tehdit değerlendirmesi, gruplar arasında korku, öfke, taciz, kızgınlık, gücenme, hayal kırıklığı, küçümseme ve güvensizlik gibi olumsuz duyguları da uyandırabilmektedir. Ayrıca, tehdit algılaması grup dışı üyelere karşı duygusal empatiyi de azaltabilmektedir ve tehdidin gerçek olup olmamasına bakılmaksızın, tehdit şekillerinin algılanması da önyargıya neden olabilmektedir (Avcıkurt, 2015: 128). Bireylerin önyargılarının boyutlarını ve tutumlarını belirlemek amacıyla tasarlanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Modeli, Şekil 2'de yer almaktadır.

Şekil 2. Bütünleşik Tehdit Teorisi Modeli



Kaynak: Redmond, Brian Francis. (2013). Intergroup Theories (Integrated Threat, Social Identity and Social Dominance), s.2.

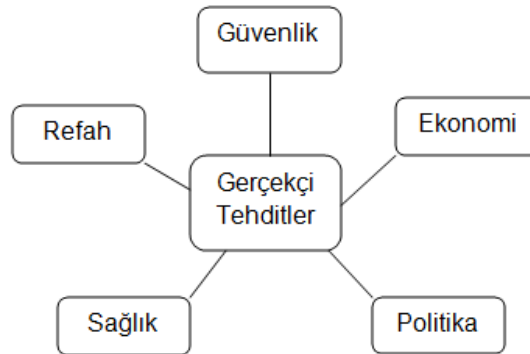
Şekil 2’de yer alan bilgiler doğrultusunda, bütünleşik tehdit teorisi, dört temel tehdit olduğunu varsaymaktadır (Stephan ve Stephan, 1996: 410; Stephan, vd, 2000b: 242; Riek, vd, 2006: 339; Gonzales vd, 2008: 669; Ward ve Berno, 2011: 1559; Colombo vd, 2012: 135; Redmond, 2013: 2). Bunlar: gerçekçi tehdit, sembolik tehdit, olumsuz yargılar ve gruplararası kaygıdır.

2.5.1. Gerçekçi Tehditler

Bütünleşik tehdit teorisi kapsamında incelenen tehditlerin, etnik azınlıkların ve ulusal gruplar da dâhil olmak üzere, dış gruplara yönelik tutumların önemli belirleyicileri olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, gerçekçi tehditler, bir grubun ve üyelerinin fiziksel ve maddi refahına karşı algılanan tehditleri de içermektedir (Stephan, vd, 1999: 2222; Stephan, vd, 2000b: 242).

Gerçekçi tehditler, Kendall (1998) tarafından ayrıntılı olarak hazırlanan Şekil 3’te de görüldüğü üzere, aynı zamanda sağlık sorunları ile ilgili olarak da ortaya çıkmaktadır. Bireyin kendi fiziksel veya ruhsal sağlığını tehlikeye sokacak kadar ağır hasta olan biriyle etkileşimde bulunmak zorunda olduğu durumlarda da, meydana gelebilecek olumsuz bir tutum veya düşmanlık duygusu algılanan gerçekçi tehdidin güçlü bir belirleyicisi olarak ortaya çıkmaktadır (Berrenberg, vd, 2002: 77).

Şekil 3. Gerçekçi Tehdit Türleri



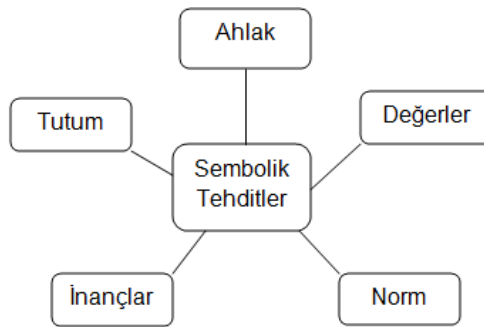
Kaynak: Redmond, Brian Francis. (2013). Intergroup Theories (Integrated Threat, Social Identity and Social Dominance), s.3.

Gerçekçi tehditler, ekonomik, fiziksel ve siyasi anlamda da kavramsallaştırılabilmektedir. Gruplar ve negatif grup reaksiyonları arasındaki çatışmalar genellikle, kökenlerin çıkarların çatışması olarak da ortaya çıkabilmektedir. Burada temel konu, kıt kaynaklar üzerinde algılanan bir rekabettir. Bu tür kaynaklar, grup içi çıkarlarını korumak için, bireylerde olumsuz tutum ve ayrımcılık gibi davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Gonzales vd, 2008: 669).

2.5.2. Sembolik Tehditler

Sembolik tehditler ise; farklı kültürlerden kaynaklanan, değerler, normlar, inançlar ve tutumlar ile ilişkili olan ve bir grubun dünya görüşüne karşı olan tehditleri kapsamaktadır (Gonzales vd, 2008: 669; Ward ve Berno, 2011: 1559). Farklı değer ve inançlara sahip olan gruplar, kendi dünya görüşünü benimsemeyen gruplara karşı düşmanlık besleyebilmektedirler ve bu da karşı grup tarafından tehdit olarak algılanabilmektedir. Sembolik tehdit anlayışı, sembolik ırkçılık anlayışıyla da yakından ilişkilidir (Stephan, vd, 1999: 2222). Aynı zamanda, sembolik tehditler, bir grubun kendini karşısındaki gruptan daha üstün görmesinden de kaynaklanmaktadır (Stephan, vd, 2000b: 242). Redmond (2013) tarafından ayrıntılı olarak hazırlanan sembolik tehdit türleri Şekil 4'te gösterilmektedir.

Şekil 4. Sembolik Tehdit Türleri



Kaynak: Redmond, Brian Francis. (2013). Intergroup Theories (Integrated Threat, Social Identity and Social Dominance), s.3.

Dış gruplar, farklı bir dünya görüşünü, yeni normları, inançları ve sembollerini kendilerine karşı bir tehdit olarak görebilmektedirler. Bir başka kültürün sahip olduğu özelliklerden dolayı kendi kültürlerinin geçersiz olacağı korkusuyla birlikte olumsuz tutumlar sergileyebilmektedirler. Birçok çalışma, bu tehditleri göçmenlerin ve azınlıkların daha çok algıladığını ve ilgili gruplara olumsuz tutumlar gösterdiğini ortaya çıkarmıştır (Gonzales vd, 2008: 669).

Gruplararası tehdit algılamaları aynı zamanda, çatışmalara da neden olabilmektedir. Çünkü bu davranışlar bireylerde, öfke, kızgınlık, hayal kırıklığı, hor görülme ve güvensizlik de dâhil olmak üzere güçlü olumsuz duygular uyandırmaktadır. Ayrıca, tehdit algılamaları dış grup üyeleri için duygusal empatiyi de azaltmaktadır. Empati eksikliği ile birlikte bu olumsuz duygular, grup üyelerini her anlamda bir kırılma noktasına getirebilmektedir. Negatif gruplararası algı ve duygusal önyargılar, bir tehdit davranışı oluşturmaktadır. Bu tehditlerle ilgili olumsuz davranışsal etkiler, iletişimi engeller ve uzlaşma sürecini uzatabilmektedir. Bir grup içerisinde tehdit ve çatışma ortaya çıktığında ise; iletişim, zararlı sonuçları önleyebilecek bir anahtar görevi üstlenmektedir (Redmond, 2013: 3).

2.5.3. Olumsuz Yargılar

İnsanlar genellikle sosyal grupların başkalarına karşı sergiledikleri davranışlarını anlamak için, ironik olarak, bu ihtiyacı genellikle gruplar hakkındaki kalıplaşmış yargıları kullanarak gidermektedirler (Sidanius ve Pratto, 1999: 12). Olumsuz kalıp yargılar, dış grup üyelerinin davranışlarını ve beklentilerini olumsuz şekilde oluşturarak, tehdit meydana getirmektedir (Riek, vd, 2006: 338). Olumsuz yargılar genel olarak, etnik ve ulusal kalıplaşmış tartışmalardan ortaya çıksa da, önyargılardan kaynaklanmaktadır (Ward ve Berno, 2011: 1560). Bireylerde oluşan önyargıların bir sonuç göstergesi olarak ortaya çıkan olumsuz tutumlar, gerçeklerden yoksun olarak peşin hüküm ile üretilmiştir ve çoğunlukla bireylerden ziyade gruplara dönük olarak geliştirilmektedir (Sürgevil, 2008: 117). Bireylerin, bir dış grup hakkındaki olumsuz yargıları; şiddetli düşmanlık, öfke ve kibirli davranmak olarak algılanarak, karşı grup üyelerinin negatif davranması beklenmektedir ve tehdit algılanması meydana gelmektedir (Gonzales vd, 2008: 669).

Etkileşim halinde bulunulan grup ile ilgili kalıp yargılara dayanarak davranan bireyler, kendilerini tehdit altında hissedebilmektedirler ve gerçek grup ile uyuşmayan bilgilere maruz kalarak hareket ettiklerinden dolayı gruplararası karşılaşma boyutları olumsuz olarak sonuçlanabilmektedir (Paolini vd, 2004: 773). Birbirleriyle teması olmayan toplumlarda yaşayan insanlar genellikle öteki kültürü kalıp yargılı görüşlerle ve çoğu zaman da önyargılarla tanımlama eğilimindedirler. Kalıp yargılara genellikle; yaş, cinsiyet, meslek grupları, azınlık grupları ve milliyet değişkenleri kapsamında sınıflandırılan gruplar maruz kalmaktadır (Güzel, 2007: 50). Örneğin, Fransızların soğuk ve mesafeli, Amerikalıların zengin ve kibirli olarak tanımlanması gibi. Ayrıca farklı iki ülke arasında geçmişten gelen veya güncel politik sorunlar olduğunda da, genellikle olumsuz görüşler beslenmektedir (Akış Roney, 2011: 111-112).

2.5.4. Gruplararası Kaygı

Bütünleşik tehdit teorisini oluşturan son tehdit unsuru, gruplararası kaygı ise; bireylerin reddedilmekten korkması ya da insanlar arası etkileşimler ile ilgili olarak tehdit hissetmesi, grubun üyeleri ile etkin bir etkileşim halinde bireyin kendisini yetersizlik olarak görmesi ve sonucunda alay edilmek veya utanmaktan kaynaklanan davranışları içermektedir (Ward ve Berno, 2011: 1559). Gruplararası kaygı unsurunda, farklı bir sosyal grupta, farklı bir kişi ile etkileşim halinde olduğunda, ortaya gerginlik ve sıkıntı duyguları çıkmaktadır (Plant ve Devine, 2003: 790).

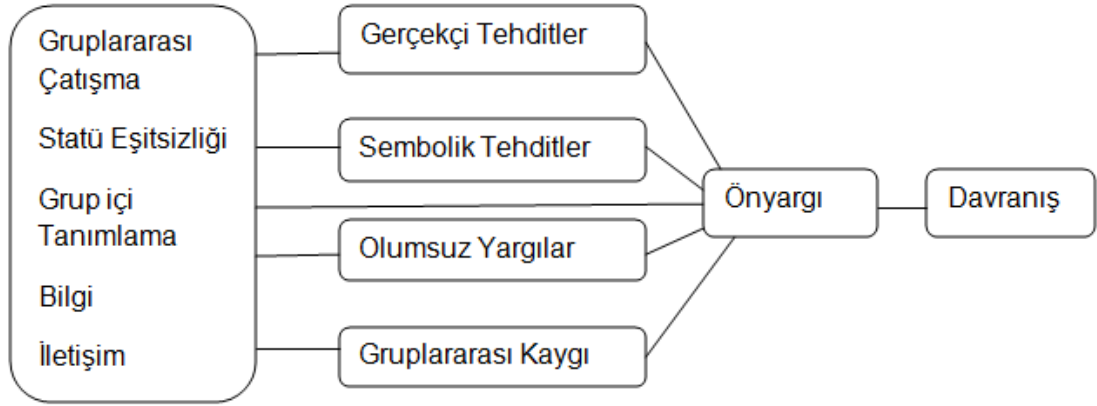
Genel olarak ifade etmek gerekirse, gruplararası kaygı, grup üyelerinin başka bir gruptan bir kişi ile temas yaşadığı zaman bilişsel ve davranışsal olarak güçlendirilmiş şekilde ortaya çıkan olumsuz duyguları ifade etmektedir. Aynı zamanda gruplararası kaygı, hissedilen olumsuz duygular ile gruplararası çatışmayı tetiklemektedir ve düşmanlık ile ayrımcılığa da yol açmaktadır (Curşeu, Stoop ve Schalk, 2007: 127).

Gruplararası kaygı evresinde, söz konusu grupların daha önceden düşmanlık ilişkisi varsa, kaygının özellikle yüksek olacağı belirtilmektedir. Karşı grup hakkında bilinen yargılar sonucunda onlarla yapılandırılmamış bir etkileşim süreci meydana gelebilecektir. Kişinin, kendi grubu azınlıkta olduğu zaman ise; daha düşük statülü

bir rekabet etkileşimi ortaya çıkabilecektir (Stephan, vd, 1999: 2223). Gruplararası kaygı ve olumsuz kalıplaşmış geleneksel yargılar, gruplar arası ilişkilerin olumsuz olarak sonuçlanmasına ve bu nedenle de gruplarda tehdit türü davranışların hissedilmesine ve bireylerin kendilerini rahat ifade edememelerine yol açmaktadır (Riek, vd, 2006: 339).

Bir gruplararası etkileşim durumunda, grup üyelerinin, kendi grup çıkarlarını ve kendi kültürlerini korumak için çeşitli tepkiler gösterme olasılığı yüksektir. Gonzales ve arkadaşları (2008: 370-371), gruplararası tehdidin; gruplararası temas, grup içi tanımlama ve statü eşitsizliğine bağlı olduğunu ifade etmişlerdir. Bu faktörler, tehdit yoluyla, grup dışı algılanan tutumları ve gruplararası tehdit düzeyini etkilemektedir. Şekil 5'te genel olarak bütünleşik tehdit teorisine neden olan faktörler yer almaktadır.

Şekil 5. Bütünleşik Tehdit Teorisi Nedensellik Modeli



Kaynak: Redmond, Brian Francis. (2013). Intergroup Theories (Integrated Threat, Social Identity and Social Dominance), s.3.

Bütünleşik tehdit teorisi, tehdit öncülleri olarak, algılanan gruplararası çatışmayı, grup içi kimlik ve statü farklılıkları ya da eşitsizliği ile bilgi ve iletişim eksikliklerinin varlığına işaret etmektedir. Ayrıca olumsuz temas deneyimleri de tehditlere dahil edilebilmektedir. Çeşitli gruplara karşı geliştirilen olumsuz tutumlar negatif iletişim deneyimleri ile sonuçlandığından, daha fazla gruplararası iletişimin varlığı; algılanan

gruplararası çatışmayı, algılanan durum farklılıklarını ve tehditlerin çoğunun kısmen de olsa azalmasına aracılık etmektedir (Aberson ve Gaffney, 2008: 810).

İnsanlar yüz yüze yaptıkları etkileşimleriyle sürekli olarak ilişkilerini tanımlamakta ve yeniden tanımlanmaktadır (Folger, Poole ve Stutman, 2013: 156). Genellikle gruplar arası olumsuz temas meydana geldiği zaman, taraflarca algılanan tehdidin de güçlü olduğu tespit edilmiştir (Stephan vd, 2002: 1244). Bu yüzden gruplar arasında önceden gerçekleşen temas miktarının ve kalitesinin tehdit duygularını etkilemesi beklenmektedir. Bu süreçte, kişi diğer grup hakkında bilgi elde edebilme imkânı bulabilmektedir. Çünkü temas hipotezinde de belirtildiği üzere, gruplararası temas miktarı, algılanan tehditleri etkilemektedir. Böylelikle, gruplar arasında iletişim artırılabilir ve aynı zamanda grupların birbirleri hakkındaki tehdit algıları azaltılabilir (Stephan, vd, 2000b: 247). Örneğin, bir grup diğer bir gruba karşı önyargılı bir yaklaşım içindeyse, grup bunu grup içi tehdit olarak değerlendirilebilecek ve aynı zamanda, korku ya da öfke gibi olumsuz duygulara kapılarak, gruplararası ayrımcı davranışlar sergilenmesine neden olabilecektir (Miller, Smith ve Mackie, 2004: 223).

Son olarak; gruplararası temas miktarı ve iletişim kalitesi, önyargıların kırılması üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Grup üyeler ile sıkı temas içinde olunması, grupların birbirini sevmesine, pozitif düşünceler geliştirmesine, basmakalıp düşüncelerin azaltılmasına ve dolayısıyla olumsuz kalıp yargıların düzeltilmesine neden olabilecektir.

Bütünleşik tehdit teorisi ile ilgili yapılan bir araştırmada, yurtdışında okuyan öğrencilerin yeni bir dil öğrenme, aile ve arkadaşlarından ayrılma ve mali sorunlarını yönetme ile kültürleşme süreçleri incelenmiştir. Yurtdışında yaşayan bir öğrencinin gruplararası kaygısını nasıl giderebileceği araştırılmıştır. Çalışmanın bulgularına dayanarak, araştırmacılar yabancı öğrencilere yönelik, yeni bir kültüre daha iyi uyum sağlayabilmeleri için yardımcı olabileceğini düşündükleri belirli program öğelerini belirtmişlerdir. Yabancı öğrencilere yardımcı olmak için, bir programda yabancı öğrencileri gruplandırma, onların yeni ortama uyum sağlayabilmeleri için özel kültürel gruplar tasarlanmıştır (Redmond, 2013: 4).

Corenblum ve Stephan'ın (2001: 251) yapmış oldukları çalışmada ise; bir grubun ırkçı tutumlarını bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde analiz etmek için geliştirilen ankette, farklı insan gruplarının birbirlerini neden sevmediğini anlayabilmek için bir

model geliştirmiştir. Araştırma alanını oluşturan iki grup da birbirleri için olumsuz eğilimlerde bulduklarını ifade etmişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre ise; gruplar arasındaki temas eksikliği, olumsuz deneyimler, negatif tutumlar ve olumsuz yargılar, grupların birbirlerini sevmemelerine neden olmuştur.

Ryan (2002: 966), turizmin toplumdaki izole edilemeyeceğini ve turizm olayı kapsamında meydana gelen kaygı ve gerilimlerin, topluma yansıtılabileceğini ifade etmiştir. Stephan, ve diğerleri (2000b: 242) tarafından yapılan araştırma ise, turizmin sosyo-kültürel etkilerinin doğrudan tehdit değerlendirmelerine bağlı olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Yine Ward ve Masgoret (2008: 224) yapmış oldukları araştırmada; bütünleşik tehdit teorisinin, turist tutumlarının belirlenmesinde önemli bir etken olacağını belirtmişlerdir.

Stephan, Ybarra ve Morrison (2007: 5-6) da, yapmış oldukları araştırmada; İsraililer ve Araplar arasındaki çatışmanın, bütünleşik tehdit teorisine bir örnek olduğunu vurgulamışlardır. Her iki grupta da, ekonomi, g, din, dil, kültürel farklılık ve farklı dünya görüşleri olduğundan dolayı, hem gerçekçi hem de sembolik tehditlerin var olduğunu ifade etmişlerdir. Her bir grup, farklı kültürel değerler ve yaşam biçimlerine sahip oldukları için birbirlerini temel bir tehdit olarak algılamaktadırlar.

Genel olarak ifade etmek gerekirse; gruplararası tehditler insanların birbirlerini algılamalarını, duygularını ve davranışlarını etkileyebileceği için aynı zamanda çatışmalara da zemin hazırlayabilmektedir. Tehdit değerlendirmeleri, gruplar arasında korku, öfke, taciz, kızgınlık, gücenme, hayal kırıklığı, kmseme ve güvensizlik gibi olumsuz duyguları uyandırabilmekte ve ayrıca, tehdit algılamaları grup dışı üyelere karşı duygusal empatiyi de azaltabilmektedir. Algılanan tehditlerin gerçek olup olmamasına bakılmaksızın da, tehdit Şekillerinin algılanması önyargıya neden olabilmektedir (Avcıkurt, 2015: 128). Bu nedenle izleyen kısımda bütünleşik tehditlerin algılanması sonucunda bireylerin tutumlarında meydana gelebilecek olan önyargı kavramı açıklanmıştır.

2.6. nyargı Kavramı

Kültürlerarası ilişkilerin yoğunlaşmasıyla birlikte, farklı kültürlere ilişkin olumsuz kalıp yargı ve önyargılar; olumlu diyalog ve işbirliğinin önünde engeller oluşturmaya

başlamaktadır. Genel olarak kalıp yargılar ve önyargılar birbirinden farklı özellikte iki kavramdır. Kalıp yargılar gerçeğe dayanmaktadırlar. Oysa önyargılar ise; gerçek belli olmadan ortaya çıkmaktadırlar (Gürses, 2005: 155). Kalıp yargılar, genellikle daha dar anlamda önyargı kavramıyla eş tutulmasına rağmen; önyargılar, yalnız ülkeler ya da kültürlere karşı değil, aynı grubun alt kesimdeki dilimlerine ve farklı katmanlarına karşı da oluşabilmektedirler (Marshall, 2003: 589; Kartarı, 2001: 192).

Önyargı; bir konu ya da bir toplum hakkında önceden, üzerinde düşünmeden ve araştırmadan, yetersiz kanıtlara dayanılarak varılan yargı ya da kavram olarak ifade edilebilmesinin (Yaktıl Oğuz, 2002: 27; Avcıkurt, 2015: 164) yanında, belirli bir grup üyelerine, sadece söz konusu gruba ait olmaları nedeniyle gösterilen olumsuz tutumlar şeklinde de tanımlanabilmektedir. Başka bir deyişle; önyargılar sosyal grupların kalıp yargı görüşü üzerine kuruludur. Toplumda oluşmuş ve yayılmış, gerçeğin algılanmasında seçiciliği ön plana çıkaran bir imajdır (Mendras, 2009: 82). Örneğin Almanlarla daha önceden hiç karşılaşmamış olan bir birey Almanların soğuk insanlar olduğunu düşünüyor olabilir. Bu kişi Almanlara karşı olumsuz önyargıya sahiptir. Diğer taraftan Ruslarla da hiç karşılaşmamış olan bu birey, Rusları sıcakkanlı buluyor olabilir. Bu durumda bu bireyin Ruslar hakkında olumlu bir önyargıya sahip olduğu söylenebilir. Fakat burada dikkat edilmesi gereken husus, önyargı kavramının olumsuz tutumları ifade etmek için kullanıldığıdır (Yıldız, 2006: 38-39; Gürel, 2011: 107).

Önyargı nedenlerini anlayabilmek için incelenmesi gereken temel konuların; kalıp yargılar ve önyargılar arasındaki ilişkiyi incelemekten geçebileceğini ifade eden Stephan ve Stephan (1996: 409) yapmış oldukları bir araştırmada, kalıp yargılar ile önyargılar arasında tutarlı ve anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Aynı zamanda korku ya da çeşitli tehditlerin önyargı merkezli bir rol oynayabileceğini ve gruplararası ilişkiler literatüründe de tekrarlanan bir problem olabileceğini vurgulamışlardır. Önyargılar, farklı kültürleri olan grupların, diğer grupları, kendi gruplarının toplumsal özelliklerine göre değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır. Kültürel olarak farklı grupların etkileşimi söz konusu olduğunda; genellikle bir grup diğerine farklı açılardan üstün gelmeye çalıştığı zamanlarda; bu süreç içinde baskın durumda olan grup önyargıları ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan da; baskın olamayan grup, baskın gruba karşı düşmanca duygular besleyebilmektedir (Coşgun, 2004: 40-41; Gürses, 2005: 144).

Gruplararası ilişkilerde farklı bir problem olarak ortaya çıkan; yetersiz iletişimin bir başka sonucunun da yanlış anlamalar ve anlaşılmalar olduğunu vurgulayan Lippmann (1998: 99); yanlış anlamaların ve anlaşılmaların ortadan kalkmasını sağlayacak bilgilerin, kalıp yargılar ve önyargıların olumsuz etkilerinden uzak, etkin bir iletişim süreciyle gerçekleştirilebileceğinin altını çizmiştir. Genel olarak yaş, eğitim, sosyo-ekonomik durum, cinsiyet ve etnik köken gibi demografik değişkenler, önyargı ile ilişkilidir, ancak bu ilişkiler önyargı kökeni hakkında nispeten daha az bilgi vermektedir (Stephan ve Stephan, 1996: 410). Örneğin, Brigham (1971) Afrikalı ile Amerikalıların birbirlerine karşı olan kalıp yargıların ortaya çıkmasında, bireysel özelliklerin yanısıra, önemli ölçüde birbirlerine karşı olan tutumları ile de ilişkili olduğunu ortaya koymuştur.



3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma bulgularını ve sonuçlarını elde edebilmek için gerekli olan verilerin toplanmasının hazırlık aşamaları ile araştırmanın modeli, evreni ve örneklemini, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci, anket formunun geliştirilmesi ve verilerin analizi ile pilot uygulamaya ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

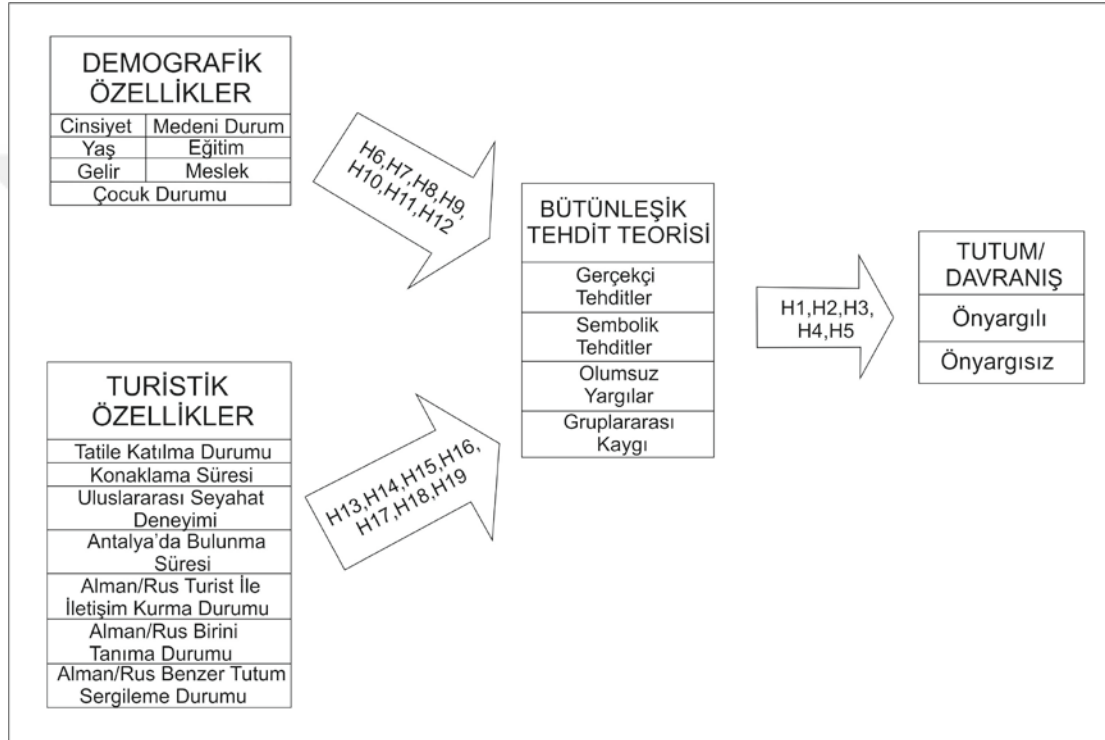
3.1. Araştırmanın Modeli

Bilimsel bilgi elde etme sürecinde, olaylar ya da değişkenler arasındaki ilişkiye dayalı hipotezlerin, gözlenebilir değişkenler kullanılarak açıklanması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2011: 1-2). Açıklama yapılırken kullanılan hipotezler ise; hakkında araştırma yapılan olguları açıklama vaadi taşıyan, doğruluğunun kesin olup olmadığı bilinmeyen önermelerdir (Yıldırım, 2011: 114). Kesinliği henüz bilinmeyen önermeler için; ana kütlede örnek kütle seçerek tahminde bulunabilmek için, hipotez sınamaları yapılmaktadır. Ana kütleyle temsil yeteneğine sahip bir örnek kütleyle dayanarak, ana kütle hakkında bir tahminde bulunulabilir. Fakat bunun doğru olduğunun kanıtlanması gerekmektedir. Bu nedenle, bilimsel hipotez sınamaları tekniklerine başvurulmaktadır. Hipotez sınamalarında iki hipotez vardır. Birinci hipotez, bir veya birden çok ana kütleyle ilgili bir görüş olup, yanlışlığı kanıtlanıncaya kadar doğru olduğu kabul edilen sıfır hipotezidir. İkinci hipotez ise; ana kütleyle temsil yeteneğine sahip örnek kütle istatistik değerlerine dayanan ve sıfır hipotezine karşı olan karşıt hipotezdir (Tekin, 2009: 15). Sıfır hipotezi, bir değişken yönünden, bağımsız iki gruba ilişkin ortalamalarının arasında fark olmadığı şeklinde kurulmaktadır (Alpar, 2011: 198-199).

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla, Antalya'ya gelen Alman ve Rus turistlerin, "Bütünleşik Tehdit Teorisi" çerçevesinde, "gerçekçi tehdit", "sembolik tehdit", "olumsuz yargılar" ve "gruplararası kaygı" başlıkları altında, buldukları konaklama tesislerinde, kendi kültürel özelliklerinden kaynaklanan farklılıklardan dolayı birbirlerine karşı sergiledikleri tutum ve davranışları ile birbirlerine önyargılı yaklaşım yaklaşmama düzeyleri araştırılmıştır. Bu bağlamda, Antalya'ya gelen Alman ve Rus turistlere anket çalışması uygulanmıştır. Araştırma sorularının cevaplanmasına yönelik olarak kuramsal çerçevede incelenen değişkenler ile

değişkenler arasındaki ilişkileri açıklayacak şekilde hipotezler geliştirilerek, Şekil 6'da yer alan Turistlerin Bütünleşik Tehdit Teorisi Çerçevesinde Tehdit Algılamaları ve Tutumlarına İlişkin Araştırma Modeli oluşturulmuştur. Modelde bulunan değişkenler ise teorik çerçeveye uygun bir şekilde hazırlanmıştır.

ŞEKİL 6. Turistlerin Bütünleşik Tehdit Teorisi Çerçevesinde Tehdit Algılamaları ve Tutumlarına İlişkin Araştırma Modeli



İncelenen ilgili yazından hareketle, bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde sergilenen turist tutumlarının açıklanmasına yardımcı olabileceği öngörülen hipotezler şu şekildedir:

Temel Hipotezler

H1: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları gerçekçi tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

H2: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları sembolik tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

H3: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları olumsuz yargılar, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

H4: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları gruplararası kaygı, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

H5: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

Alt Hipotezler

H6: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H7: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H8: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H9: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H10: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H11: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H12: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H13: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, tatile katılma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H14: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Antalya'da konaklama sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H15: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, uluslararası seyahat deneyimlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H16: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, daha önceden Antalya'da bulunma sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H17: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Alman/Rus turistler ile iletişim kurma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H18: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, daha önceden Alman/Rus birini tanıma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H19: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Alman/Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

3.2. Evren ve Örneklem

Evren; bir alan araştırmasında gözlem konusu olan ve belli özelliklerle diğerlerinden ayrılan birimler topluluğudur. Örneklem ise; araştırma evreninden, belirli özelliklere göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil edebilme yeterliliği kabul edilen küçük bir kümedir. Dolayısıyla, araştırmacının daha büyük bir topluluktan seçtiği ve nüfusa genellediği daha küçük bir örnek olaylar kümesi olarak da ifade edilebilmektedir (Yurtseven, Erkul ve Kekeç Morkoç, 2013: 30; Kozak, 2014: 111-112).

Örneklem, bazı kıstaslarından dolayı olasılık kuramından türetilmiş pratik bir araştırma aracıdır. Olasılık kuramı da, belirli özelliklerin evrende normal dağıldığı prensibine dayanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 35). Olasılığa dayalı örnekleme yöntemi, evreni temsil edecek örneklemin belirli istatistiksel kurallara göre belirlenmesini öngören bir yöntemdir ve evreni oluşturan birimlerin hepsinin eşit olarak seçilebilme olanağının verildiği bir örnekleme türüdür. Seçim, rastlantıya dayalı olarak yapılmakta ve her bir parçanın evrenin bütününe temsil etmesi beklenmektedir (Kozak, 2014: 115; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 73). Yapılan araştırmanın amacına uygun olarak, seçilen örnekleme yöntemi de olasılığa dayalı örneklemedir. Öte yandan, bilimsel araştırma sürecinin ampirik çalışmasına geçildiğinde en önemli aşamalardan birisi örneklem hacminin belirlenmesidir. Örneklem hacminin belirlenmesi, planlamada karşılaşılan en önemli karardır. Genel olarak araştırmalar, örneklem kümeleri temel alınarak onlar üzerinde gerçekleştirilir ve elde edilen bulgular, söz konusu evrenlere genellenerek nihai sonuçlar oluşturulur. Seçilen örneklem üzerinde çalışmanın; maliyet güçlükleri, kontrol güçlükleri ve etik zorunluluklar gibi temel nedenleri bulunmaktadır. Bu noktadan

hareketle de örneklem belirleme yoluna gidilmektedir (Karasar, 2008: 110; Çilingirtürk, 2011: 26).

Örneklem büyüklüğünün hesaplanabilmesi için bazı istatistik bilgilerine sahip olmak gerekmektedir. Buradan hareketle araştırmanın amacı doğrultusunda; araştırmanın evrenini, Türkiye'ye gelen Alman ve Rus turistler oluşturmaktadır. 2014 yılında Türkiye'ye gelmiş olan Alman turist sayısı 5.250.036, Rus turist sayısı ise; 4.479.049'dur (www.tuik.gov.tr, 2015; www.tursab.org.tr, 2015). Türkiye'ye gelen söz konusu turistlerin tatillerini geçirdikleri destinasyon dağılımları göz önünde bulundurulduğunda, en fazla paya sahip olan (~%78) Antalya şehir merkezi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. 2014 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçilerin, milliyetlerine göre dağılımları incelendiğinde ise; 2.987.577 Alman turist, 3.489.007 Rus turist girişi gerçekleşmiştir (www.antalyakulturturizm.gov.tr, 2015). Bu veriler, araştırmanın örneklem seçiminde sağlıklı veriler alınabilecek olması açısından büyük önem teşkil etmektedir. Evrende bulunan birey sayısı biliniyorsa, örneklem hesaplamasında aşağıdaki formül kullanılmaktadır (Özdamar, 2003: 116-118; Ural ve Kılıç, 2013: 45):

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q}$$

Söz konusu formülde;

N: Evren büyüklüğü,

n: Örneklem büyüklüğü (örnekleme dahil edilecek birey sayısı),

p: İncelenen olayın oluş sıklığı (gerçekleşme olasılığı),

q: İncelenen olayın olmayış sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı),

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosunda bulunan teorik değeri

d: Olayın oluş sıklığına göre kabul edilen örnekleme hatasını göstermektedir.

2014 yılında Antalya'ya gelen 2.987.577 Alman turist için 0,05 anlamlılık düzeyinde ortaya çıkan örneklem;

$$n = \frac{2987577 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5)}{(0,05)^2 \cdot (2987577-1) + (1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5)}$$

$$n = \frac{2987577 \cdot 3,8416 \cdot 0,25}{0,0025 \cdot 2987576 + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{2869268,9508}{7468,94 + 0,9604}$$

$$n=2869268,9508 / 7469,9004$$

$$n= 384,1107'dir.$$

2014 yılında Antalya'ya gelen 3.489.007 Rus turist için 0,05 anlamlılık düzeyinde ortaya çıkan örneklem ise;

$$n=3489007 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5) / (0,05)^2 \cdot (3489007-1) + (1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5)$$

$$n=3489007 \cdot 3,8416 \cdot 0,25 / 0,0025 \cdot 3489006 + 3,8416 \cdot 0,25$$

$$n=3350842,3228 / 8722,515 + 0,9604$$

$$n=3350842,3228 / 8723,4754$$

$$n= 384,1178'dir.$$

Yukarıda yapılan işlemlerden hareketle; evren büyüklüğü 1.000.000-10.000.000 arasında değişen, \pm %5 tolerans gösterilebilir örneklem hatası ile % 95 güvenilirlik düzeyi ve evrenin heterojen varsayımı göz önünde bulundurulduğunda; ulaşılmaması gereken minimum örneklem sayısı her iki milliyet için 384 turist olarak belirlenmiştir (Bayram, 2009: 26).

Veri toplama sırasında karşılaşılabilecek güçlükler göz önünde bulundurularak araştırmanın yürütüldüğü seyahat acentelerine 700 adet Almanca ve 700 adet Rusça olmak üzere toplam 1400 anket formu dağıtılmıştır. Dağıtılan anket formlarından; 452 adet Almanca ve 506 adet Rusça olmak üzere toplam 958 anket formundan geri dönüş elde edilmiştir. Toplanan anketlerin geri dönüş oranı ise; %68,43 olmuştur. Geri dönen anketler incelenerek; 44 adet Almanca ve 43 adet Rusça olmak üzere toplam 87 adet anket formu; eksik ve/veya yanlış doldurulma gibi sebeplerden dolayı değerlendirme dışı bırakılmıştır. Araştırma analizleri; analize uygunluk ve tutarlılık açısından uygun bulunan 408 adet Almanca ve 463 adet Rusça olmak üzere toplam 871 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi, özellikle sosyal bilimler alanında, en çok tercih edilen veri toplama tekniğidir (Ural ve Kılıç, 2013: 56). Buradan hareketle; araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik hazırlanan ifadelerin yer aldığı Almanca ve Rusça anket formları araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Analiz üstünlüğüne sahip olmasından dolayı ve standart veriler elde edebilmek için araştırmada söz konusu araç ve teknik tercih edilmiştir.

3.4. Veri Toplama Süreci

Hazırlanan anketin güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek için pilot uygulama yapmak amacıyla, 24-30 Haziran 2015 tarihleri arasında 119 turistin görüşleri analiz edilmiştir. Anket uygulaması ise; Temmuz-Ağustos 2015 tarihleri arasında, turistlerin tatillerinin son günlerinde genel bir değerlendirme yapabilmeleri için özellikle dönüş transferlerinde turistlere uygulanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Gerçekleştirilen alan araştırmaları sonucunda, ancak istatistiksel testler ve ölçekler yardımıyla bilimsel ve objektif sonuçlar elde edilebilmektedir. Kullanılan ölçeklerin ve yapılan testlerin araştırmaya uygun olmadığı durumlarda, gerçekleştirilen araştırmalardan sağlıklı sonuçlar elde edilme olasılığı düşük olacaktır. Bu nedenle, toplanan veriler için hangi istatistiksel tekniklerle analiz yapılabileceğinin doğru bir şekilde belirlenmesi esasına dayalı olarak (Karagöz, 2010: 1); pilot uygulamanın sonuçları analiz edildikten sonra, uygulamanın yapılmaya değer bulunması sonucunda, uygulama gerçekleştirilmiş olup elde edilen veriler sosyal bilimlerde kullanılan güncel istatistik programı yardımıyla analiz edilip yorumlanmıştır.

Hazırlanan anketler, Antalya şehir merkezinde, seyahat acentesi çalışanları tarafından turistlere doğrudan dağıtılıp toplanmıştır. Antalya'ya gelen Alman ve Rus turistlerin buldukları konaklama işletmelerinde, kendi kültürel özelliklerinden kaynaklanan farklılıklardan dolayı sergiledikleri tutum ve önyargılarının araştırılması amacıyla anket formunda yer alan ifadeler; 5: Kesinlikle Katılıyorum, 4: Katılıyorum,

3: Az Katılıyorum, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle Katılmıyorum olarak derecelendirilmiş ve değerlendirmeye alınmıştır.

Anket uygulaması gerçekleştirildikten sonra, yukarıdaki derecelendirme ile değerlendirmeye alınan verilerin, ankette yer alan turistlerin genel özelliklerini belirlemek amacıyla sıklık ve yüzde değerleri kullanılarak çözümlenmesine gidilmiştir. Demografik özellikler ile ilgili bulgular frekans analizi ile değerlendirilmiştir. Daha sonra turistlerin algıladıkları bütünlük tehditler ile gruplararası önyargı durumlarını belirlemek amacıyla sunulan ifadeler; Alman ve Rus katılımcıların cevaplarına göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile medyan ve minimum-maksimum değerleri esas alınarak analiz edilmiştir. Ayrıca, algılanan tehdit ölçeklerine faktör analizi uygulanmış ve ilgili tehdit boyutları oluşturulmuştur. Araştırmanın hipotezlerini test edebilmek için ise; çeşitli parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır.

3.6. Anket Formunun Geliştirilmesi

Bu aşamada kuramsal çerçevede ulaşılan ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçeklerden oluşturulan araştırmalardan yararlanılarak bir soru havuzu oluşturulmuş ve seçilen sorulardan alanda uzman üç öğretim üyesi ile birlikte anket formu geliştirilmiştir. Böylelikle maddelerin yazımında içerik geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Madde yazımında yararlanılan çalışmalarda; Yagi (2003); Japon ve Amerikan turistlerin birbirleriyle olan ilişkilerini, Kunduz (2009) ise; Bütünlük Tehdit Teorisi'nin varsayımlarını temel alarak başörtülü ile başı açık öğrenciler arasındaki önyargıyı incelemişlerdir.

Araştırma anketi iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; turistlerin bütünlük tehdit teorisine ait alt tehdit ölçeklerine ve gruplararası önyargıya ilişkin düşüncelerini tespit edebilmek amacıyla sunulan ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde ise; turistlerin demografik yapıları ile turistik özelliklerine ilişkin yapıları kapalı uçlu sorular yardımıyla ölçülmeye çalışılmıştır.

Anket formunun Almanca ve Rusça dillerine çevrilme konusunda ise; öncelikle tercümanlık hizmeti alınmıştır. Tercümanlık hizmeti aracılığıyla Almanca ve Rusça olarak tasarlanan anket formları, söz konusu dilleri bilen okutmanlar yardımıyla tekrar gözden geçirilmiştir. Ardından ana dili Almanca ve Rusça olan kişilere anket formları inceletirilerek anlaşılabilirliği test edilmiştir ve anket formlarına son şekilleri verilmiştir.

Hazırlanan anket formu öncelikle bir grup turiste uygulanıp pilot uygulama yapılmış, anketteki soruların ve ifadelerin anlaşılır olup olmadığı belirlenmiştir. Pilot uygulamanın sonucuna göre anket formunda bazı değişiklikler yapıp son şekli verilerek anket formlarının söz konusu turistler tarafından doldurulması sağlanmıştır. Kullanılan anket formları çalışmanın sonunda, Ek 1-Türkçe Anket Formu, Ek 2- Almanca Anket Formu ve Ek 3-Rusça Anket Formu olarak sunulmuştur.

3.7. Pilot Uygulama

Hazırlanan anket soruları için 2015 Haziran ayının son haftasını kapsayan süreçte pilot bir çalışma uygulanmıştır. Antalya şehir merkezinde çeşitli otellerde kalan turistlerin tatillerinin son gününde dönüş transferlerinde gerçekleştirilen pilot çalışma; 119 kişiye uygulanmıştır.

Kültürlerarası turist tutumlarını bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde belirlemek amacıyla oluşturulan; gerçekçi tehditler, sembolik tehditler, olumsuz yargılar ve gruplararası kaygı ölçeklerinin güvenilirliği "içsel tutarlılık" yöntemine dayalı olarak "Cronbach's Alpha" ölçütü kullanılarak belirlenmiştir. Kullanılan ölçeklerin bazılarında, yapılan güvenilirlik analizi sonucunda "Alfa Katsayısı (Cronbach's Alpha)" değerini, dolayısıyla güvenilirliği düşürdüğünden dolayı çıkarılmıştır.

Alfa katsayısı, bir ölçek içerisinde yer alan ifadelerin iç tutarlılığının, diğer bir deyişle homojenliğinin bir belirleyicisidir. Alfa katsayısı ile ölçekte bulunan k tane ifadenin (sorunun) türdeş bir yapıyı açıklamak üzere bir bütün meydana getirip getirmediğinin sorgulanması hususunda bilgi elde edilmektedir. Söz konusu ölçeğin alfa katsayısı ne kadar yüksek bir değerde olursa, oluşturulan ölçekte yer alan ifadelerin o derecede birbirleriyle tutarlı oldukları sonucuna ulaşılabilir. Aynı zamanda, ölçeğin eş özellik gösteren öğeleri sorgulayan ifadelerden oluştuğu söylenebilmektedir. Alfa katsayısı değer olarak; "0" ile "1" arasında değişmektedir. Bu değer; 0,60 ile 0,80 arasında olduğunda güvenilirliğin iyi; 0,80 ile 1,00 arasında olduğunda ise güvenilirliğin yüksek olduğu belirtilmektedir (Alpar, 2011: 814-815; Kozak, 2014: 146).

Gerçekçi tehditler ölçeği için yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, güvenilirlik değeri (Cronbach's Alpha), 0,861 olarak belirlenmiştir. Sembolik tehditler ölçeği için güvenilirlik değeri, 0,951 olarak tespit edilirken, olumsuz yargılar ölçeği için

“Almanlar/Ruslar mantıklıdır ile Almanlar/Ruslar cesurdur” ifadeleri, yapılan güvenilirlik analizinde alfa katsayısı değerini, dolayısıyla güvenilirliği düşürdüğünden dolayı çıkarılmıştır. Gruplararası kaygı ölçeğinde güvenilirlik değeri, 0,978 olarak belirlenmiştir. Gruplararası önyargı bölümünde ise; “Konaklama işletmelerinde, istediğinizi elde etmek için bazen diğer gruplara karşı güç kullanmak gerekir” ifadesi güvenilirlik değerini düşürdüğü için soru formundan çıkarılmıştır.

Pilot uygulama sonucuna göre elde edilen bulgulardan yola çıkılarak anket formlarına nihai şekilleri verilmiştir. Son şekli verilen anket formlarının, 408 Alman ve 463 Rus olmak üzere toplam 871 turist tarafından, 2015 Temmuz-Ağustos ayları arasında doldurulması sağlanmıştır.



4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde; araştırmaya dâhil olan turistlerden elde edilen veriler sonucunda ortaya çıkan bulguların sunumuna ve yorumlanmasına yer verilmektedir. Bölüm, güvenilirlik analizi, küresellik testi & faktör analizi ve normallik testi ile başlamakta, araştırmaya katılan turistlerin demografik özellikleri, tatile gelme durumları, Antalya'da kalma süreleri, uluslararası seyahate katılma durumları ve karşı grupta iletişim kurma durumları ile anket formunda yer alan ifadelerle verilen cevapların sıklık değerlerinin, ortalamalarının, medyan ve minimum-maksimum değerlerinin sunumuyla devam etmektedir. Son olarak hipotezleri test etmek amacıyla, sürekli değişkenlerin normal dağılıma sahip olup olmadığını belirlemek amacıyla Shapiro-Wilk testi yapılmıştır. Normal dağılıma sahip olmadığı görülen sürekli değişkenler, parametrik olmayan testler kullanılarak test edilmiştir. İki bağımsız grup olması durumunda Mann-Whitney U Testi, ikiden fazla bağımsız grup olması durumunda Kruskal-Wallis Testi kullanılmıştır. Kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında Pearson ki-kare testi, Fisher'in kesin ki-kare testi ve Fisher-Freeman-Halton testlerinin sonuçlarına yer verilmiştir. Sıralı değişkenler arasındaki korelasyonun incelenmesinde Spearman Sıra Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde ve yorumlanmasında milliyetlerin alfabetik sıra dikkate alınarak öncelikle Alman turistlerin, ardından Rus turistlerin verilerinin analizine yer verilmiştir. Bütün istatistiksel analizler için anlamlılık düzeyi $\alpha=0,05$ olarak kabul edilmiştir. İstatistiksel analizler IBM SPSS Statistics 22 paket programında ve R 3.2.1 yazılımında yapılmıştır.

4.1. Güvenirlik Analizi

Güvenirlik analizi, araştırma yapılacak konuda, seçilen örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin (yargı, önerme, soru vb.), kendi aralarında tutarlı olup olmadıklarını test etmek amacı ile kullanılmaktadır. Diğer bir anlatımla, deneklerin ölçme aracını oluşturan ifadelerle yaklaşımlarından (cevaplarından) yola çıkarak, deneklere yöneltilen ifadelerin tümünün aynı konuyu ölçüp ölçmediği test edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 280).

Güvenirlik analizinde, ölçeklerin güvenilirliği içsel tutarlılık (homojenlik) yöntemine dayalı olarak "Cronbach's Alpha" ölçütü kullanılarak belirlenmiştir. Aşağıdaki Tablo 12'de Bütünleşik Tehdit Teorisi'ne ait hazırlanan Almanca soru formuna ilişkin güvenilirlik analizi sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo 12. Alman Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Güvenirlik Analizi

ÖLÇEKLER	Cronbach Alfa	Standartlaştırılmış Maddelerden Elde Edilen Cronbach Alfa	Madde sayısı
GERÇEKÇİ TEHDİTLER	0,891	0,890	10
SEMBOLİKTEHDİTLER	0,883	0,882	10
OLUMSUZ YARGILAR	0,870	0,876	10
GRUPLARARASI KAYGI	0,887	0,891	10
BÜTÜNLEŞİK TEHDİTLER	0,915	0,919	40

Tablo 12'de yer alan "Alman Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Güvenirlik Analizi" sonucuna göre; Almanca soru formunda bulunan "Gerçekçi Tehditler Ölçeği" için Cronbach's Alpha değeri; 0,891, "Sembolik Tehditler Ölçeği" için; 0,883, "Olumsuz Yargılar Ölçeği" için; 0,870, "Gruplararası Kaygı Ölçeği" için; 0,887 ve "Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği" için; 0,915 olarak tespit edilmiştir. Buna göre, Almanca olarak hazırlanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği yüksek derecede güvenilir ve alfa katsayısı değeri sosyal bilim araştırmaları için kabul edilebilir düzeyin üzerinde gerçekleşmektedir. Bu ölçekte bulunan maddelerin yüksek derecede birbirleriyle tutarlı olduklarını ve aynı özelliğin öğelerini yoklayan maddelerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Rus Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği'ne ait hazırlanan soru formuna ilişkin güvenilirlik analizi sonuçlarına da aşağıdaki Tablo 13'de yer verilmektedir.

Tablo 13. Rus Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Güvenirlik Analizi

ÖLÇEKLER	Cronbach Alfa	Standartlaştırılmış Maddelerden Elde Edilen Cronbach Alfa	Madde sayısı
GERÇEKÇİ TEHDİTLER	0,821	0,844	10
SEMBOLİKTEHDİTLER	0,901	0,902	10
OLUMSUZ YARGILAR	0,946	0,950	10
GRUPLARARASI KAYGI	0,970	0,970	10
BÜTÜNLEŞİK TEHDİTLER	0,957	0,963	40

Tablo 13'te yer alan "Rus Turistlere Uygulanan Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Güvenirlik Analizi" sonucuna göre; "Gerçekçi Tehditler Ölçeği" için Cronbach's Alpha değeri; 0,821, "Sembolik Tehditler Ölçeği" için; 0,901, "Olumsuz Yargılar Ölçeği" için; 0,946, "Gruplararası Kaygı Ölçeği" için; 0,970 ve " Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği" için; 0,957 olarak tespit edilmiştir. Buna göre, hazırlanan Rusça Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği de yüksek derecede güvenilirdir ve alfa katsayısı değeri sosyal bilim araştırmaları için kabul edilebilir düzeyin üzerinde gerçekleşmektedir. Rusça Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği'nde bulunan maddelerin yüksek derecede birbirleriyle tutarlı olduklarını ve tüm maddelerin yüksek derecede birlikte çalıştıklarını söylemek mümkündür.

4.2. Bartlett Küresellik Testi ve Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Faktör analizi, özellikle algı ve tutum ölçeklerinin kullanıldığı araştırmalarda yer alan, çok sayıdaki bağımsız değişkenin birbirine yakın olanlarının ilişkilendirilerek belirli bir grup sayısına düşürüldüğü (Kozak, 2014: 150), bir veri matrisinin temelini oluşturan yapıyı tanımlamayı ve değişkenleri sınıflamayı amaç edinen (Alpar, 2011: 261) bir analizdir. Diğer bir ifade ile analiz veri grubunda yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin altında yatan ortak özellikleri kurmaya çalışmaktadır (Bayram, 2009: 199). Özetle, faktör analizi; bir konuda deneklerin verdiği cevaplara göre değişkenler arasındaki korelasyonun hesaplanarak, birbiri ile ilişkili olan ve aynı boyutu ölçen değişkenlerin gruplandırılması sonucu faktör elde etme işlemidir (Ural ve Kılıç, 2013: 275). Bu bağlamda öncelikle Bartlett Küresellik Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

örneklem yeterliliği ölçütü dikkate alınarak verilerin faktör analizine uygun olup olmadığına karar verilmiştir (Çilingirtürk, 2011: 165). Söz konusu testte; KMO değeri 0 ile 1 arasında değişmektedir. KMO=1 olduğunda, her bir değişkenin diğer değişkenler tarafından hatasız olarak mükemmel bir biçimde kestirildiği anlaşılmaktadır. İstatistiksel bir test olmadığı için KMO değerinin yorumlanması daha çok aşağıdaki Tablo 14'teki nitelendirmeler çerçevesinde yapılmaktadır. İyi bir faktör analizi için KMO ölçüsünün 0,80'den fazla olması beklenmektedir ve bunun yanı sıra KMO değerinin 0,60'ın üzerinde olması çoğu zaman yeterli olarak kabul edilebilmektedir (Alpar, 2011: 286).

Tablo 14. KMO İçin Nitelendirmeler

KMO	Örneklem Yeterliliği
0,90-1,00	Çok İyi
0,80-0,89	İyi
0,70-0,79	Orta
0,60-0,69	Kötü
0,50-0,59	Çok Kötü
0,50'nin altı	Kabul Edilemez

Kaynak: Alpar, Reha. (2011). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, s. 286.

Tablo 14'te yer alan bilgiler doğrultusunda, yapılan KMO ve Bartlett's test sonuçları Tablo 15'de verilerek yorumlanmıştır.

Tablo 15. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Sayısının Yeterliliği			ALMAN	RUS
Gerçekçi Tehditler	KMO		0,769	0,817
	Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	408,23	645,09
		df	45	45
		<i>p</i>	0,000	0,000
Sembolik Tehditler	KMO		0,749	0,856
	Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	698,34	1005,67
		df	45	45
		<i>p</i>	0,000	0,000
Olumsuz Yargılar	KMO		0,733	0,887
	Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	879,23	1026,92
		df	45	45
		<i>p</i>	0,000	0,000
Gruplararası Kaygı	KMO		0,820	0,908
	Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	987,04	1475,01
		df	45	45
		<i>p</i>	0,000	0,000
Bütünleşik Tehditler	KMO		0,792	0,857
	Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	764,92	833,16
		df	6	6
		<i>p</i>	0,000	0,000

Yukarıdaki Tablo 15'te verilen değerlere göre yapılan test sonucunda; Almanca olarak toplanan verilerden “Gerçekçi Tehditler Ölçeği”nin KMO değeri, $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,769 olarak belirlenmiş ve bu değer uluslararası ölçütlere göre iyi değerine yakın orta düzeyde bir örneklem yeterliliği sonucunu ortaya koymuştur. “Sembolik Tehditler Ölçeği”nin KMO değeri, $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,749 ve “Olumsuz Yargılar Ölçeği”nin KMO değeri, $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,733 olarak orta düzeyde örneklem yeterliliği sonuçlarını ortaya çıkarmıştır. “Gruplararası Kaygı Ölçeği”nin KMO değeri ise; $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,820 ile iyi düzeyde, “Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği”nin KMO değeri, yine $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,792 ile iyi değerine yakın orta düzeyde bir örneklem yeterliliği sonucunu ortaya koymuştur.

Rusça olarak toplanan verilerden “Gerçekçi Tehditler Ölçeği”nin KMO değeri ise; $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,817 olarak; “Sembolik Tehditler Ölçeği”nin KMO değeri, $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,856 olarak; “Olumsuz Yargılar Ölçeği”nin KMO değeri, $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,887 olarak belirlenmiş ve bu değerler uluslararası

ölçütlere göre iyi düzeyde bir örneklem yeterliliği sonucunu ortaya koymuştur. “Gruplararası Kaygı Ölçeği”nin KMO değeri ise; $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,908 ile çok iyi düzeyde ve “Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçeği”nin KMO değeri, yine $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde 0,857 olarak belirlenmiş ve iyi düzeyde örneklem yeterliliği sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu bulgular ekseninde, oranların yüksek olması her iki veri setinin de örneklem büyüklüklerinin faktör analizleri için uygunluklarının bir göstergesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Faktör analizinde, önceki araştırmalara ait soru formlarının olduğu gibi kullanılması durumunda doğrulayıcı faktör analizi, araştırmacının kendisinin geliştirdiği soru formunda ise keşfedici faktör analizinin kullanılması önerilmektedir (Kozak, 2014: 150). Çalışmada kullanılan soru formunun, yazında ilgili konu ile güvenilirliği kanıtlanmış ölçeklerden ve araştırmalardan yararlanılarak oluşturulması üzerine; keşfedici faktör analizi kullanılmıştır. Keşfedici faktör analizinde başlangıçta, genel olarak öz değeri 1 ya da 1’den daha büyük olan faktörler önemli faktörler olarak alınmaktadır. Maddelerin faktör yükü değerinin 0,45 ya da daha yüksek olması seçim için iyi bir ölçüt olduğunu göstermektedir. Bunun yanında maddelerin ortak faktör varyans oranlarının %30 ve daha fazla olması da yeterli olarak görülmektedir (Büyüköztürk, 2011: 124-125). Tablo 16’da Bütünleşik Tehdit Teorisine ilişkin keşfedici faktör analizinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 16. Bütünleşik Tehdit Teorisine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖRLER	ALMAN				RUS									
	Madde Yüğü	Öz Değer	Varyans (%)	İç Tutarlılık Katsayısı	Madde Yüğü	Öz Değer	Varyans (%)	İç Tutarlılık Katsayısı						
FAKTÖR 1: GERÇEKÇİ TEHDİTLER														
1.İktidar	0,890				0,829									
2.Siyaset	0,954				0,823									
3.Ayrımcılık	0,906				0,850									
4.Ekonomi	0,866				0,788									
5.Güven	0,930	3,34	62	0,891	0,785	2,57	56	0,821						
6.Hoşgörü	0,925				0,804									
7.Suç oranı	0,919				0,832									
8.Sosyal refah	0,955				0,853									
9.Öncelik	0,900				0,837									
10.Yoğunluk	0,897				0,751									
FAKTÖR 2: SEMBOLİK TEHDİTLER														
1.Değer Yargısı	0,892										0,642			
2.Dünya Görüşü	0,951										0,777			
3. Aile Değeri	0,902										0,798			
4.Gelenekler	0,805				0,829									
5.Ahlak	0,832	3,56	64	0,883	0,691	3,21	62	0,901						
6.Saygı	0,826				0,811									
7.Aile İlişkisi	0,824				0,827									
8.Çocuk Yetiştirme	0,860				0,792									
9.Kültürel Değer	0,897				0,848									
10.Yaşam Tarzı	0,855				0,828									
FAKTÖR 3: OLUMSUZ YARGILAR														
1.Bencil	0,888										0,736			
2.Hilekâr	0,962										0,771			
3.Soğuk	0,868										0,668			
4.Önyargı	0,904				0,785									
5.Kaba	0,882	3,79	69	0,870	0,822	2,98	58	0,946						
6.Korkak	0,842				0,729									
7.Tembel	0,905				0,723									
8.Yalancı	0,853				0,832									
9.Gürültü	0,815				0,820									
10.Laubali	0,832				0,775									
FAKTÖR 4: GRUPLARARASI KAYGI														
1.Aşağılanma	0,906										0,758			
2.Hakaret	0,914										0,811			
3.Dalga geçme	0,832										0,784			
4.Dışlanma	0,831				0,829									
5.Taciz	0,728	3,13	71	0,887	0,782	2,76	61	0,970						
6.Küçük düşme	0,804				0,797									
7.Eleştirilme	0,913				0,804									
8.Tehdit	0,869				0,792									
9.Sözlü taciz	0,786				0,849									
10.Fiziksel zarar	0,918				0,807									
TOPLAM					3,84				66		TOPLAM	3,56	63	
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri 0,792 Cronbach's Alpha= 0,915 Bartlett's Test of Sphericity=764,92 $p<0,001$					Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri 0,857 Cronbach's Alpha= 0,957 Bartlett's Test of Sphericity=833,16 $p<0,001$									

Tablo 16'da görüldüğü üzere; Alman turistlerden elde edilen veriler doğrultusunda, "Gerçekçi Tehditler Ölçeği"nin öz değeri 1'den büyüktür (3,34) ve toplam varyansın %62'sini açıklamaktadır. Madde faktör yükleri ise; 0,890 ile 0,955 arasında değişmektedir. Sonuçlardan hareketle; Almanca Gerçekçi Tehditler Ölçeği için tek bileşenli yapının uygun olduğu söylenebilmektedir. "Sembolik Tehditler Ölçeği" için; öz değer 3,56 olarak tespit edilmiştir ve toplam varyansın %64'ünü açıklamaktadır. Madde faktör yükleri ise; 0,805 ile 0,951 arasında değişmektedir. Böylelikle Almanca Sembolik Tehditler Ölçeği için tek bileşenli yapının uygun olduğu ifade edilebilmektedir. "Olumsuz Yargılar Ölçeği"nin öz değeri 1'den büyük (3,79) tek bileşeni bulunmaktadır ve toplam varyansı açıklama oranı %69'dur. Madde faktör yükleri ise; 0,815 ile 0,962 arasında değişmektedir. Böylelikle Almanca Olumsuz Yargılar Ölçeği için de tek bileşenli yapının uygun olduğu söylenebilmektedir. "Gruplararası Kaygı Ölçeği" için ise; öz değeri 1'den büyüktür (3,13), toplam varyansın %71'ini açıklamaktadır ve madde faktör yükleri de, 0,728 ile 0,918 arasında değişmektedir. Bu sonuçlar da yine Almanca olarak hazırlanan Gruplararası Kaygı Ölçeği için tek bileşenli yapının uygunluğunu işaret etmektedir.

Rus turistlerden elde edilen veriler doğrultusunda, "Gerçekçi Tehditler Ölçeği"nin öz değeri 1'den büyüktür (2,57) ve toplam varyansın %56'sını açıklamaktadır. Madde faktör yükleri ise; 0,751 ile 0,853 arasında değişmektedir. Sonuçlardan hareketle; Rusça olarak hazırlanan Gerçekçi Tehditler Ölçeği için tek bileşenli yapının uygun olduğu söylenebilmektedir. "Sembolik Tehditler Ölçeği" için; öz değer 3,21 olarak tespit edilmiştir ve toplam varyansın %62'sini açıklamaktadır. Madde faktör yükleri ise; 0,642 ile 0,848 arasında değişmektedir. Böylelikle Rusça hazırlanan Sembolik Tehditler Ölçeği için tek bileşenli yapının uygun olduğu ifade edilebilmektedir. "Olumsuz Yargılar Ölçeği"nin öz değeri 1'den büyük (2,98) tek bileşeni bulunmaktadır ve toplam varyansı açıklama oranı %58'dir. Madde faktör yükleri ise; 0,668 ile 0,832 arasında değişmektedir. Böylelikle Rusça olarak hazırlanan Olumsuz Yargılar Ölçeği için de tek bileşenli yapının uygun olduğu söylenebilmektedir. "Gruplararası Kaygı Ölçeği" için ise; öz değeri 1'den büyüktür (2,76), toplam varyansın %61'ini açıklamaktadır ve madde faktör yükleri de, 0,758 ile 0,849 arasında değişmektedir. Bu sonuçlar da yine Rusça hazırlanmış olan Gruplararası Kaygı Ölçeği için tek bileşenli yapının uygunluğunu işaret etmektedir.

Yukarıdaki verilerin analizi ekseninde, tüm ölçeklerin tek bileşenli olduğu sonucuna ulaşıldığından, açıklanan varyanslar için daha uygun bir faktör yapısına ihtiyaç

duyulmamıştır ve faktörlere başka bir rotasyon uygulanmamıştır. Ayrıca her iki milliyetten toplanan verilerin Cronbach Alpha ve anlamlılık değerlerine bakıldığında, her bir faktör grubunun kendi içerisinde anlamlı ve tutarlı olduğu görülmektedir. Aynı zamanda faktör yüklerinin de oldukça yüksek çıkması, her bir değişkenin, ait olduğu faktör grubuna önemli katkıda bulunduğu anlamına gelmektedir.

4.3. Normal Dağılım Testi

Verilerin özelliklerine göre yapılan sınıflandırmada analiz teknikleri; parametrik olan ve parametrik olmayan analiz yöntemleri olarak ikiye ayrılmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 245). Araştırmada bağımlı değişkene ilişkin ölçümlerin evrendeki dağılımlarının normal olup olmaması; istatistik yöntemi seçimini etkilemektedir (Büyüköztürk, 2011: 7). Dağılımların normal dağılıp dağılmadığını test etmek amacıyla kullanılan istatistiksel testlerden bazıları Shapiro-Wilk testi ve Kolmogorov-Smirnov (K-S) testleridir. Bu testlerin sonuçları p değerleri (anlamlılık düzeyleri) ile verilmektedir. Bu testlerde sıfır hipotezi “H₀: Dağılım normal dağılım gösterir” şeklinde kurulmaktadır. Test sonucunda elde edilen önemlilik düzeyi (p), 0,05'ten küçük ise, dağılımın normal dağılım göstermediği söylenmektedir ve H₀ hipotezi reddedilmektedir (Alpar, 2011: 117; Ural ve Kılıç, 2013: 285; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 247). Tablo 17'de araştırmaya uygun analiz türünü ve verilerin özelliklerini belirleyebilmek amacıyla yapılan Shapiro-Wilk Testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 17. Normallik (Shapiro-Wilk) Testi Sonuçları

SHAPIRO-WILK	ALMAN		RUS	
	Test İstatistiği	p	Test İstatistiği	p
GERÇEKÇİ TEHDİTLER	0,960	<0,001	0,965	<0,001
SEMBOLİK TEHDİTLER	0,956	<0,001	0,959	<0,001
OLUMSUZ YARGILAR	0,913	<0,001	0,856	<0,001
GRUPLARARASI KAYGI	0,962	<0,001	0,746	<0,001
GRUPLARARASI ÖNYARGI	0,833	<0,001	0,970	<0,001
BÜTÜNLEŞİK TEHDİTLER	0,927	<0,001	0,942	<0,001

Tablo 17’de sunulan Normallik (Shapiro-Wilk) Testi sonucuna göre; her iki milliyetin verilerinin hepsinin p değerleri ($p<0,001$), istatistiksel anlamlılık düzeyi olarak kabul edilen 0,05’ten küçük olduğu için, incelenen verilerin dağılımlarının normal olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda çalışmanın ilerleyen kısımlarında parametrik olmayan testler yardımıyla analizler gerçekleştirilmiştir.

4.4. Örneklem Grubuna Ait Değişkenler

Bu alt bölümde, öncelikle turistlerin cinsiyetleri, medeni durumları, yaş grupları, eğitim durumları, çocuk durumları, meslekleri ve ortalama aylık gelirlerine ilişkin sıklık (f) ve yüzde değerleri (%) tespit edilmiştir. Ayrıca, iki grup arasında ilgilenilen değişkenler bakımından anlamlı bir ilişki olup olmadığının araştırılması için de Ki-Kare testi uygulanmıştır. Ki-kare testi, iki sınıflamalı değişken arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını test etmektedir. Test sonuçlarının yorumlanmasında ise; ki-kare değeri ve p -değeri etkili olmaktadır. Ki-kare değerinin yönü, doğrudan anlamlılık düzeyi ile ilgilidir. Anlamlılık düzeyi arttıkça ki-kare değeri de artmaktadır; p değerinin 0,05’in altında gerçekleşmesi, iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu; p değerinin 0,05’in üzerinde olması durumunda ise iki değişken arasında anlamlı bir ilişki görülmemiş olup, ayrıntılı bir değerlendirmeye gerek olmadığını ifade etmektedir (Büyüköztürk, 2011: 148; Kozak, 2014: 147-148). Söz konusu bulgular, Tablo 18’de Turistlerin Demografik Özellikleri adı altında sunulmaktadır.

Tablo 18. Turistlerin Demografik Özellikleri

DEĞİŞKENLER	ALMAN		RUS		p
	f	%	f	%	
CİNSİYET					
Erkek	178	43,6	226	48,8	0,309
Kadın	226	55,4	233	50,3	
Diğer	4	1,0	4	0,9	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	
MEDENİ DURUM					
Evli	187	45,8	188	40,6	0,009
Bekâr	199	48,8	264	57,0	
Diğer	22	5,4	11	2,4	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	
YAŞ					
24 yaş ve altı	68	16,7	176	38,0	<0,001
25-34 yaş arası	127	31,1	66	14,3	
35-44 yaş arası	154	37,7	139	30,0	
45-54 yaş arası	45	11,0	56	12,1	
55 yaş ve üzeri	14	3,4	26	5,6	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	
EĞİTİM DURUMU					
İlköğretim	18	4,4	62	13,4	<0,001
Ortaöğretim	154	37,7	114	24,6	
Üniversite	208	51,0	196	42,3	
Y. Lisans / Doktora	28	6,9	91	19,7	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	
ÇOCUK DURUMU					
Var	202	49,5	214	46,2	0,332
Yok	206	50,5	249	53,8	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	
MESLEK					
Memur / İşçi	91	22,3	114	24,6	<0,001
Serbest	75	18,4	87	18,8	
İşveren	109	26,7	108	23,3	
Emekli	60	14,7	10	2,2	
İşsiz	36	8,8	56	12,1	
Öğrenci	14	3,4	58	12,5	
Ev hanımı	19	4,7	23	5,0	
Diğer	4	1,0	7	1,5	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	
GELİR					
Çok düşük	26	6,4	18	3,9	<0,001
Düşük	91	22,3	19	4,1	
Orta	189	46,3	221	47,7	
Yüksek	44	10,8	121	26,1	
Çok yüksek	58	14,2	84	18,1	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 18'de sunulan verilere göre; araştırmaya katılan Alman turistlerden 178 kişi (%43,6) erkek, 226 kişi de (%55,4) kadındır. Rus turistlerin cinsiyetlerine göre ayırım yapıldığında ise; 226 adet (%48,4) erkek katılımcı, 223 adet de (%50,3) kadın katılımcı bulunmaktadır. Her iki milliyetten de diğer seçeneğini işaretleyen 4 Alman turist (%1,0) ve 4 Rus turist (%0,9) bulunmaktadır.

Alman ve Rus turistlerin cinsiyetlerine ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; cinsiyete ilişkin anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p=0,309$).

Katılımcılar medeni durum gruplarına göre değerlendirildiğinde ise; Alman turistlerden 187 kişi (%45,8) evli, 199 kişi ise (%48,8) bekârdır. Rus turistlerde ise; 188 kişi (%40,6) evli, 264 kişi de (%57,0) bekâr olduğunu belirtmişlerdir. Medeni durumlarını diğer seçeneği kullanarak belirten katılımcılar ise; 22 Alman turist (% 5,4) ile 11 Rus turisttir (%2,4).

Turistlerin medeni durumlarına göre, gruplar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelendiğinde ise ki-kare testi sonucuna göre iki grup arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=0,009$). Medeni durum değişkenine göre, ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunun tespitine yönelik yapılan analiz sonucunda; Alman turistlerde evli (%49,9), Rus turistlerde ise bekâr (%50,1) katılımcı sayısının daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Alman turistlerinden 68 kişi (%16,7) 24 yaş ve altı, 127 kişi (%31,1) 25-34 yaş arasında, 154 kişi (%37,7) 35-44 yaş arasında, 45 kişi (%11,0) 45-54 yaş arasında ve 14 kişi de (%3,4) 55 yaş ve üzeri yaş grubunda bulunmaktadır. Rus turistler ise; 176 kişi (%38,0) 24 yaş ve altı, 66 kişi (%14,3) 25-34 yaş arasında, 139 kişi (%30,0) 35-44 yaş arasında, 56 kişi (%12,1) 45-54 yaş arasında ve 26 kişi de (%5,6) 55 yaş ve üzeri yaş grubunda bulunmaktadır.

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre, turistlerin yaş gruplarına ilişkin iki grup arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,001$). Yaş değişkenine göre, ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunun tespitine yönelik yapılan analiz sonucunda; 25-34 yaş arası Alman turistlerin oranı %65,8 iken, 24 yaş ve altı yaş grubunda bulunan Rus turistlerin oranı %72,1'dir.

Turistler eğitim durumlarına göre incelendiğinde ise; Alman turistlerden 18 katılımcı (%4,4) ilköğretim, 154 katılımcı (%37,7) ortaöğretim, 208 katılımcı (%51,0) üniversite,

28 katılımcı ise (%6,9) yüksek lisans/doktora eğitim seviyesine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Rus turistlerden ise; 62 katılımcı (%13,4) ilköğretim, 114 katılımcı (%24,6) ortaöğretim, 196 katılımcı (%42,3) üniversite, 91 katılımcı ise (%19,7) yüksek lisans/doktora eğitim seviyesine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Alman ve Rus turistlerin, eğitim durumlarına göre de aralarında anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p<0,001$). Eğitim durumu değişkenine göre, ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunun tespitine yönelik yapılan analiz sonucunda; ilköğretim seviyesinde Rus turistlerin oranı %77,5, ortaöğretim seviyesinde Alman turistlerin oranı %89,5, üniversite seviyesinde Alman turistlerin oranı da %51,5 iken, yüksek lisans ve doktora seviyesinde Rus turistlerin oranı %76,5'tir.

Alman turistlerden 202 kişi (%49,5) çocuk sahibi olduğunu, 206 kişi de (%50,5) çocuk sahibi olmadığını belirtirken; Rus turistlerden ise; 214 kişi (%46,2) çocuk sahibi olduğunu, 249 kişi ise (%53,8) çocuk sahibi olmadığını ifade etmiştir.

Alman ve Rus turistlerin çocuk sahibi olma durumlarına yönelik, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; çocuk sahibi olma durumuna ait anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p=0,332$).

Meslek gruplarına göre değerlendirme yapıldığında ise; Alman turistlerden 91 kişi (%22,3) memur/işçi olduğunu, 75 kişi (%18,4) serbest (avukat, mühendis, eczacı vb.) çalıştığını, 109 kişi (%26,7) işveren olduğunu, 60 kişi (%14,7) emekli olduğunu, 36 kişi (%8,8) işsiz olduğunu, 14 kişi (%3,4) öğrenci olduğunu, 19 kişi (%4,7) ev hanımı olduğunu belirtmiştir. Rus turistlerden ise; 114 kişi (%24,6) memur/işçi olduğunu, 87 kişi (%18,8) serbest (avukat, mühendis, eczacı vb.) çalıştığını, 108 kişi (%23,3) işveren olduğunu, 10 kişi (%2,2) emekli olduğunu, 56 kişi (%12,1) işsiz olduğunu, 58 kişi (%12,5) öğrenci olduğunu, 23 kişi (%5,0) ev hanımı olduğunu belirtmiştir. Her iki milliyetten de diğer meslek seçeneğini işaretleyen katılımcılar bulunmasına rağmen, belirtiniz kısmına herhangi bir yorum yazan katılımcı bulunmamaktadır.

Alman ve Rus turistlerin meslek gruplarına yönelik, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; meslek gruplarına ait anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,001$). Alman turistlerde emekli oranı (%85,7) fazla iken, Rus turistler de ise öğrenci oranı (%80,6) fazladır.

Son olarak gelir seviyesine göre yapılan incelemeler sonucunda; Alman turistlerden 26 kişi (%6,4) çok düşük seviyede, 91 kişi (%22,3) düşük seviyede, 189 kişi (%46,3) orta seviyede, 44 kişi (%10,8) yüksek seviyede ve 58 kişi de (%14,2) çok yüksek seviyede gelire sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Rus turistlerden ise; 18 kişi (%3,9) çok düşük seviyede, 19 kişi (%4,1) düşük seviyede, 221 kişi (%47,7) orta seviyede, 121 kişi (%26,1) yüksek seviyede ve 84 kişi de (%18,1) çok yüksek seviyede gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Alman ve Rus turistlerin gelir düzeylerine yönelik, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; gelir düzeylerine göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,001$). Araştırmaya katılan Alman turistlerden %82,7'si düşük gelir düzeyine sahip olduğunu ifade ederken, Rus turistlerden ise %73,3'ü yüksek gelir düzeyine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

4.5. Turistlerin Tatile Katılım Durumları

Katılımcılara yöneltilen "tatile kiminle geldiniz?" sorusuna ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 19'da yer almaktadır.

Tablo 19. Turistlerin Tatile Katılım Durumu

TATİLE KATILIM DURUMU	ALMAN		RUS		p
	f	%	f	%	
Bireysel	37	9,1	93	20,1	<0,001
Arkadaş grubu	141	34,6	88	19,0	
Aile	148	36,3	222	47,9	
Partner	82	20,1	50	10,8	
Diğer	-	-	10	2,2	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 19'a göre; Alman turistlerden 37 kişi (%9,1) tatile bireysel olarak, 141 kişi (%34,6) arkadaş grubuyla, 148 kişi (%36,3) ailesiyle, 82 kişi de (%20,1) partneriyle geldiğini belirtmiştir. Rus turistlerden ise; 93 kişi (%20,1) tatile bireysel olarak, 88 kişi

(%19,0) arkadaş grubuyla, 222 kişi (%47,9) ailesiyle, 50 kişi de (%10,8) partneriyle geldiğini belirtmiştir. Rus turistlerden diğer seçeneğini işaretleyen 10 kişi (%2,2) bulunmasına rağmen belirtiniz kısmına herhangi bir yorum yazan katılımcı bulunmamaktadır.

Alman ve Rus turistlerin tatile kiminle geldiklerine ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; gruplara arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,001$). Alman turistlerin %62,1'i partneriyle, %61,6'sı arkadaşıyla; Rus turistlerin ise %71,5'i bireysel olarak tatile gelmişlerdir.

4.6. Turistlerin Antalya'da Bulunma Süreleri

Katılımcıların Antalya'da bulunma sürelerine ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 20'de verilmektedir.

Tablo 20. Turistlerin Antalya'da Bulunma Süreleri

ANTALYA'DA BULUNULAN GÜN SAYISI	ALMAN		RUS		<i>p</i>
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	
1 – 3 gün	131	32,1	176	38,0	<0,001
4 – 6 gün	202	49,5	116	25,1	
7 – 9 gün	65	15,9	70	15,1	
10 günden fazla	10	2,5	101	21,8	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 20'de yer alan verilere göre; Alman ve Rus turistlerin Antalya'da bulunma süreleri incelendiğinde; Alman turistlerden 131 kişi (%32,1) 1-3 gün arasında, 202 kişi (%49,5) 4-6 gün arasında, 65 kişi (%15,9) 7-9 gün arasında ve 10 kişi de (%2,5) 10 günden fazla konaklama yaptığını belirtmiştir. Rus turistlerden ise; 176 kişi (%38,0) 1-3 gün arasında, 116 kişi (%25,1) 4-6 gün arasında, 70 kişi (%15,1) 7-9 gün arasında ve 101 kişi de (%21,8) 10 günden fazla konaklama yaptığını ifade etmiştir.

Alman ve Rus turistlerin Antalya'da bulunma sürelerine ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; turistlerin Antalya'da kalma

süreleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,001$). Alman turistlerin %63,5'i 4-6 gün arasında konaklama yaparken; Rus turistlerin %91,0'i 10 gün ve üzerinde konaklama yapmaktadırlar.

4.7. Turistlerin Uluslararası Seyahat Deneyimleri

Katılımcıların daha önceden uluslararası bir seyahate katılma durumlarına ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 21'de yer almaktadır.

Tablo 21. Turistlerin Uluslararası Seyahat Deneyimleri

ULUSLARARASI SEYAHAT DENEYİMİ	ALMAN		RUS		p
	f	%	f	%	
Hayır	-	-	22	4,8	<0,001
1 defa	37	9,1	69	14,9	
2 defa	158	38,7	65	14,0	
3 defa	110	27,0	42	9,1	
4 defa	58	14,2	57	12,3	
5 ve daha fazla	45	11,0	208	44,9	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 21'deki veriler doğrultusunda, Alman ve Rus turistlerin daha önceden uluslararası bir seyahate katılma durumları incelendiğinde; Alman turistlerden, 37 kişi (%9,1) 1 defa, 158 kişi (%38,7) 2 defa, 110 kişi (%27,0) 3 defa, 58 kişi (%14,2) 4 defa, 45 kişi de (%11,0) 5 ve daha fazla kez uluslararası bir seyahatte bulduklarını ifade etmişlerdir. Rus turistlerden ise; 22 kişi (%4,8) daha önce uluslararası bir seyahate katılmadığını, 69 kişi (%14,9) 1 defa, 65 kişi (%14,0) 2 defa, 42 kişi (%9,1) 3 defa, 57 kişi (%12,3) 4 defa, 208 kişi de (%44,9) 5 ve daha fazla kez uluslararası bir seyahatte bulduklarını belirtmişlerdir.

Alman ve Rus turistlerin uluslararası seyahate deneyimlerine ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; iki grup arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,001$). Alman turistlerin %72,4'ü 3 defa, %70,9'u 2 defa

uluslararası seyahate katıldıklarını belirtirken; Rus turistlerin %82,2'si 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahatte bulduklarını ifade etmişlerdir.

4.8. Turistlerin Daha Önceden Antalya'da Bulunma Durumları

Katılımcıların daha önceden Antalya'da bulunma durumlarına ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 22'de sunulmaktadır.

Tablo 22. Turistlerin Daha Önceden Antalya'da Bulunma Durumları

DAHA ÖNCE ANTALYA'DA BULUNMA DURUMU	ALMAN		RUS		<i>p</i>
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	
Hayır	45	11,0	99	21,4	<0,001
1 defa	167	40,9	84	18,1	
2 defa	77	18,9	51	11,0	
3 defa	94	23,0	35	7,6	
4 defa	13	3,2	30	6,5	
5 ve daha fazla	12	2,9	164	35,4	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 22'ye göre; katılımcıların daha önceden Antalya'da bulunma durumları incelendiğinde; Alman turistlerden, 45 kişi (%11,0) daha önce Antalya'da hiç bulunmadıklarını, 167 kişi (%40,9) 1 defa, 77 kişi (%18,9) 2 defa, 94 kişi (%23,0) 3 defa, 13 kişi (%3,2) 4 defa, 12 kişi de (%2,9) 5 ve daha fazla kez Antalya'da bulduklarını ifade etmişlerdir. Rus turistlerden ise; 99 kişi (%21,4) daha önce Antalya'da hiç bulunmadıklarını, 84 kişi (%18,1) 1 defa, 51 kişi (%11,0) 2 defa, 35 kişi (%7,6) 3 defa, 30 kişi (%6,5) 4 defa, 164 kişi de (%35,4) 5 ve daha fazla kez Antalya'da bulduklarını belirtmişlerdir.

Alman ve Rus turistlerin daha önceden Antalya'da bulunma durumlarına ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; daha önceden Antalya'da bulunma sürelerine ilişkin anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < 0,001$). Alman

turistlerin %72,9'u 3 defa Antalya'da bulunurken; Rus turistlerin %93,2'si 5 kez ve daha fazla Antalya'da bulunmuşlardır.

4.9. Turistlerin Diğer Turistler İle İletişim Kurmaktan Çekinme Durumları

Katılımcıların diğer turistler ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumlarına ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 23'te sunulmaktadır.

Tablo 23. Turistlerin Diğer Turistler İle İletişim Kurmaktan Çekinme Durumları

İLETİŞİM KURMAKTAN ÇEKİNME DURUMU	ALMAN		RUS		<i>p</i>
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	
Evet	236	57,8	37	8,0	<0,001
Hayır	172	42,2	426	92,0	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 23'e göre; Alman turistlerden 236 kişi (%57,8) Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekindiğini, 172 kişi de (%42,2) Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmediğini belirtmiştir. Rus turistlerden ise; 37 kişi (%8,0) Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekindiğini belirtirken, 426 kişi (%92,0) de Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmediğini ifade etmiştir.

Alman ve Rus turistlerin birbirleri ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumlarına ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; iki grup arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < 0,001$). Alman turistlerin %57,8'i Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinirken; Rus turistlerin %8'i Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmektedirler. Rus turistlerde iletişim kurmaktan çekinme oranının, Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla olduğu görülmüştür.

4.10. Turistlerin Daha Önceden Alman / Rus Tanıdıklarının Olma Durumları

Katılımcıların daha önceden Alman ya da Rus tanıdıklarının olup olmama durumlarına ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 24'te sunulmaktadır.

Tablo 24. Turistlerin Daha Önceden Alman / Rus Tanıdıklarının Olma Durumları

DAHA ÖNCEDEN ALMAN/RUS TANIDIK OLMA DURUMU	ALMAN		RUS		<i>p</i>
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	
Evet	206	50,5	289	62,4	<0,001
Hayır	202	49,5	174	37,6	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 24'te yer alan verilere göre; Alman turistlerden 206 kişi (%50,5) daha önceden Rus bir tanıdığı olduğunu belirtirken, 202 kişi de (%49,5) daha önceden Rus bir tanıdığı olmadığını ifade etmiştir. Rus turistlerden ise; 289 kişi (%62,4) daha önceden Alman bir tanıdığı olduğunu, 174 kişi de (%37,6) daha önceden Alman bir tanıdığı olmadığını belirtmiştir.

Alman ve Rus turistlerin daha önceden Rus ya da Alman tanıdıklarının olup olmama durumlarına ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; iki grup arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < 0,001$). Alman turistlerin %50,5'i daha önceden Rus tanıdığı olduğunu belirtirken; Rus turistlerin %62,4'ü daha önceden Alman bir tanıdığı olduğunu ifade etmişlerdir. Rus turistlerde daha önceden Alman tanıdık olma durumunun; Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla oranda olduğu görülmüştür.

4.11. Alman / Rus Turistlerin Benzer Tutuma Sahip Olma Durumları

Katılımcıların Alman ya da Rus turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olup olmadığının düşüncesine ilişkin yapılan analiz aşağıdaki Tablo 25'te sunulmaktadır.

Tablo 25. Alman / Rus Turistlerin Benzer Tutuma Sahip Olma Durumları

ALMANLARIN/RUSLARIN BENZER TUTUMA SAHİP OLMA DURUMU	ALMAN		RUS		p
	f	%	f	%	
Evet	75	18,4	113	24,4	0,031
Hayır	333	81,6	350	75,6	
TOPLAM	408	100,0	463	100,0	

Tablo 25'e göre; Alman katılımcılardan 75 kişi (%18,4) Rus turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olduklarını, 333 kişi de (%81,6) Rus turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. Rus katılımcılardan ise; 113 kişi (%24,4) Alman turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olduklarını, 350 kişi de (%75,6), Alman turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Alman ve Rus turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olup olmama durumlarına ilişkin, iki grup arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırıldığında; iki grup arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=0,031$). Alman turistlerin %81,6'sı Rus turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olmadıkları; Rus turistlerin ise %75,6'sı Alman turistlerin birbirlerine benzer tutuma sahip olmadıkları yönünde düşündüklerini ifade etmişlerdir. Alman turistlerde Rusların benzer tutuma sahip olduğunu düşünenlerin oranı, Rus turistlerde Almanların benzer tutuma sahip olduğunu düşünenlerin oranına göre anlamlı olarak fazladır.

4.12. Bütünleşik Tehdit Teorisine Ait Değişkenlerin Analizi

Alman ve Rus turistlerin, Bütünleşik Tehdit Teorisi altında bulunan "Gerçekçi Tehditler", "Sembolik Tehditler", "Olumsuz Yargılar" ve "Gruplararası Kaygı" alt başlıklarına ilişkin görüşleri ile "Gruplararası Önyargı" yaşayıp yaşamadıklarının araştırılmasını amaçlayan önermeler, genel olarak beş bölüm halinde sunulmuştur. Öncelikle Bütünleşik Tehdit Teorisi'nin her bir aşaması tek tek ele alınmış, ardından da turistlerin gruplararası önyargı ile ilgili görüşleri ortaya çıkarılmak istenmiştir. Bu bağlamda söz konusu önermeler Tablo 26'da verilmiştir.

Tablo 26. Bütünleşik Tehdit Teorisi Ölçek Maddelerinin Analizi

İFADELER	ALMAN		RUS	
	A.O.	S.S.	A.O.	S.S.
GERÇEKÇİ TEHDİTLER				
1.Almanlar/Ruslar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.	2,64	0,876	3,31	1,232
2. Almanlar/Ruslar, dünya siyasetine çok fazla hâkimdir.	2,49	0,814	2,59	1,225
3. Almanlara/Ruslara otellerde ayrımcılık yapıyor.	2,36	1,214	2,50	1,164
4. Almanların/Rusların ekonomik gücü çok fazladır.	2,38	0,927	3,39	1,252
5.Almanların/Rusların bulunmadığı alanlarda kendimi güvende hissediyorum.	2,62	1,100	1,98	1,139
6.Otel çalışanları Almanlara/Ruslara, olması gerekenden fazla hoşgörülü davranıyor.	2,47	1,013	1,91	0,938
7.Almanların/Rusların buldukları ortamlarda suç oranları artar.	2,72	1,110	1,67	0,852
8.Almanlar/Ruslar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.	2,54	0,940	1,69	0,879
9. Almanlar/Ruslar, otelin ortak kullanım alanlarında öncelikli olmak istiyorlar.	2,40	0,914	1,78	0,866
10. Almanlar/Ruslar yoğun olarak buldukları otelleri olumsuz etkilemektedirler.	2,41	0,997	1,61	0,798
SEMBOLİK TEHDİTLER				
1.Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.	2,78	0,823	3,09	1,065
2.Almanlar/Ruslar, Rusların/Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.	2,55	0,891	2,37	0,955
3. Almanlar ile Rusların birbirlerinden farklı aile değerleri vardır.	2,47	0,789	2,70	1,036
4.Almanlar/Ruslar, geleneklerine Almanlardan/Ruslardan daha fazla değer verirler.	2,29	0,846	2,65	0,917
5.Almanlar/Ruslar, ahlaki yönden Ruslara/Almanlara göre kendilerini üstün sayıyorlar.	2,19	0,862	2,38	0,909
6.Almanlar/Ruslar, Ruslara/Almanlara saygısız davranıyorlar.	2,22	0,780	2,10	1,046
7. Almanların/Rusların, aile ilişkileri zayıftır.	2,22	0,756	2,01	0,959
8. Almanların/Rusların çocuk yetiştirme tarzları zayıftır.	2,23	0,871	1,95	1,071
9.Almanların/Rusların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.	2,53	0,855	1,60	,723
10. Almanların/Rusların yaşam tarzları otelin genel ortamını olumsuz etkilemektedir.	2,41	0,901	1,66	0,816
OLUMSUZ YARGILAR				
1. Almanlar/Ruslar bencildir.	2,49	0,735	1,97	1,173
2. Almanlar/Ruslar hilekârdır.	2,44	0,659	1,62	0,780
3. Almanlar/Ruslar soğuktur.	2,47	0,707	1,74	0,914
4. Almanlar/ Ruslar önyargılıdır.	2,31	0,930	1,81	0,998
5. Almanlar/Ruslar kabadır.	2,18	0,866	1,71	0,893
6. Almanlar/Ruslar korkaktır.	2,20	0,604	1,60	0,725
7. Almanlar/Ruslar tembeldir.	2,17	0,830	1,66	0,863
8. Almanlar/Ruslar yalancıdır.	2,25	0,897	1,65	0,846
9. Almanlar/Ruslar gürültülüdür.	2,37	0,843	1,66	0,816
10. Almanlar/Ruslar laubalidir.	2,31	0,942	1,61	0,765

Tablo 26.-Devamı

İFADELER	ALMAN		RUS	
	A.O.	S.S.	A.O.	S.S.
GRUPLARARASI KAYGI				
1. Almanlar/Ruslar tarafından aşağılandım.	2,36	0,974	1,59	0,851
2. Almanlar/Ruslar tarafından hakarete uğradım.	2,25	0,853	1,47	0,746
3. Almanlar/Ruslar benimle dalga geçti.	2,38	0,624	1,45	0,722
4. Almanlar/Ruslar tarafından dışlandım.	2,19	0,792	1,49	0,729
5. Almanlar/Ruslar tarafından tacize uğradım.	2,33	0,836	1,48	0,702
6. Almanlar/Ruslar tarafından küçük düşürüldüm.	2,25	0,863	1,46	0,722
7. Almanlar/Ruslar tarafından eleştirildim.	1,98	0,845	1,44	0,696
8. Almanlar/Ruslar tarafından tehdit edildim.	2,09	0,831	1,45	0,771
9. Almanlar/Ruslar tarafından sözlü tacize uğradım.	2,20	0,843	1,48	0,783
10. Almanlar/Ruslar tarafından fiziksel zarara uğradım.	2,42	0,965	1,40	0,660
GRUPLARARASI ÖNYARGI				
1.Almanlar ile Rusların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile değerlendirilmiştir.	2,74	0,801	2,08	0,995
2.Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.	2,66	0,500	3,61	1,359
3.Her zaman görünür olmasa da Almanlar ile Rusların arasında süregelen bir çatışma vardır.	2,50	0,672	2,33	0,864
4.Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.	2,77	0,926	2,17	0,935
5.Almanların/Rusların buldukları otellerde genellikle sorun yaşanmaktadır.	2,43	0,890	1,75	0,808

Tablo 26’da sunulan verilere göre; Alman ve Rus turistlerin “Bütünleşik Tehdit Teorisi” çerçevesinde tehdit algılamalarının ölçülmesine yönelik olarak hazırlanan ifadelerde genel olarak Alman turistlerin en fazla katılım gösterdikleri ifade; “Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.” ($\bar{x}=2,78$) ifadesidir. Sembolik tehditler kategorisinde yer alan ilk ifadeyi, gruplararası önyargı kategorisinde yer alan “Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.” ($\bar{x}=2,77$) ifadesi ile “Almanlar ile Rusların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile değerlendirilmiştir.” ($\bar{x}=2,74$) ifadeleri takip etmektedir.

Anket formunda yer alan tüm ifadelerde genel olarak Rus turistlerin en fazla katılım gösterdikleri ifade ise; gruplararası önyargı bölümünde yer alan “Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.” ($\bar{x}=3,61$) ifadesidir. Gerçekçi tehditler kategorisinde yer alan “Almanların ekonomik gücü çok fazladır.” ($\bar{x}=3,39$) ifadesi ile “Almanlar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.” ($\bar{x}=3,31$) ifadesi de Rus turistlerin en fazla katılım gösterdikleri ifadelerdir.

“Bütünleşik Tehdit Teorisi”nin ilk bölümü olan “Gerçekçi Tehditler” kategorisinde; Alman turistlerin en fazla katılım gösterdiği ifade “Rusların buldukları ortamlarda suç

oranları artar.” ($\bar{x}=2,72$) olmuştur. Ayrıca, “Ruslara otellerde ayrımcılık yapılıyor.” önermesi grubunun en düşük ($\bar{x}=2,36$) katılımına sahiptir. Bunun yanında; “Ruslar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.” ($\bar{x}=2,64$) ve “Rusların bulunmadığı alanlarda kendimi güvende hissediyorum.” ($\bar{x}=2,62$) ifadeleri, yaklaşık olarak birbirlerine yakın katılım düzeyleriyle Alman turistlerin kabul ettiği önermelerdendir. “Rusların ekonomik gücü çok fazladır.” ($\bar{x}=2,38$) ifadesi ile “Ruslar, otelin ortak kullanım alanlarında öncelikli olmak istiyorlar.” ($\bar{x}=2,40$) ifadesi, Alman turistler tarafından çok fazla kabul gören ifade konumunda değildir.

“Gerçekçi Tehditler” kategorisinde Rus turistlerin en fazla katılım gösterdiği ifade; “Almanların ekonomik gücü çok fazladır.” ($\bar{x}=3,39$) ifadesidir. Yine Rus turistlerin sırasıyla en fazla katılım gösterdikleri ifadeler; “Almanlar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.” ($\bar{x}=3,31$) ile “Almanlar, dünya siyasetine çok fazla hâkimdir.” ($\bar{x}=2,59$) ifadeleridir. Rus turistler tarafından çok fazla kabul görmeyen ifadeler ise; “Almanlar, yoğun olarak buldukları otelleri olumsuz etkilemektedirler.” ($\bar{x}=1,61$), “Almanların buldukları ortamlarda suç oranları artar.” ($\bar{x}=1,67$) ve “Almanlar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.” ($\bar{x}=1,69$) olarak sıralanabilmektedir.

Bütünleşik Tehdit Teorisi modelinin ikinci kategorisi olan “Sembolik Tehditler” kategorisinde; “Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.” ifadesi her iki milliyet için de en fazla katılım gerçekleşen ifadedir. Alman turistler için; “Ruslar, Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.” ($\bar{x}=2,55$) ve “Rusların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.” ($\bar{x}=2,53$) ifadeleri genel olarak kabul gören ifadelerdir. Yine Alman turistlerin en az katılım gösterdikleri ifade; “Ruslar, ahlaki yönden Almanlara göre kendilerini üstün sayıyorlar.” ($\bar{x}=2,19$) ifadesidir. Bunun yanında, “Ruslar, Almanlara saygısız davranıyorlar.” ve “Rusların, aile ilişkileri zayıftır.” ifadeleri eşit katılım düzeyleriyle ($\bar{x}=2,22$) Alman turistlerin kabul etmediği önermelerdendir.

“Sembolik Tehditler” kategorisinde Rus turistlerin yüksek düzeyde katılım gösterdikleri önermeler; “Almanlar ile Rusların birbirlerinden farklı aile değerleri vardır.” ($\bar{x}=2,70$) ifadesi ile “Ruslar, geleneklerine Almanlardan daha fazla değer verirler.” ($\bar{x}=2,65$) ifadesidir. Bu kategoride Rus turistlerin en düşük katılım gösterdikleri ifadeler; “Almanların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.” ($\bar{x}=1,60$), “Almanların yaşam tarzları otelin genel ortamını olumsuz etkilemektedir.” ($\bar{x}=1,66$) ve

“Almanların çocuk yetiştirme tarzları zayıftır.” ($\bar{x}=1,95$) ifadeleri; yine Rus turistlerin “Gerçekçi Tehditler” kategorisindeki görüşlerini destekler niteliktedir.

Bütünleşik Tehdit Teorisi modelinin üçüncü kategorisi olan “Olumsuz Yargılar” kategorisinde; Alman turistlerin görüşleri olarak ortaya çıkan; “Ruslar bencildir.” ($\bar{x}=2,49$), “Ruslar soğuktur.” ($\bar{x}=2,47$) ve “Ruslar hilekârdır.” ($\bar{x}=2,44$) ifadelerine katılım en yüksek düzeydeyken; “Ruslar tembeldir.” ($\bar{x}=2,17$), “Ruslar kabadır.” ($\bar{x}=2,18$) ve “Ruslar korkaktır.” ($\bar{x}=2,20$) ifadeleri daha az katılım düzeyiyle ortaya çıkmaktadır.

“Olumsuz Yargılar” kategorisinde Rus turistlerin yüksek düzeyde katılım gösterdikleri önermeler; “Almanlar bencildir.” ($\bar{x}=1,97$), “Almanlar önyargılıdır.” ($\bar{x}=1,81$) ve “Almanlar soğuktur.” ($\bar{x}=1,74$) ifadeleridir. Yine Rus turistlerin daha düşük bir seviyede katılım gösterdikleri ifadeler ise; “Almanlar korkaktır.” ($\bar{x}=1,60$), “Almanlar laubalidir.” ($\bar{x}=1,61$) ve “Almanlar hilekârdır” ($\bar{x}=1,62$) ifadeleridir.

Bütünleşik Tehdit Teorisi modelinin son tehdit unsuru olan “Gruplararası Kaygı” kategorisinde, Alman turistlerin ifadelerine katılım düzeyleri incelendiğinde; “Ruslar tarafından fiziksel zarara uğradım.” ($\bar{x}=2,42$), “Ruslar benimle dalga geçti.” ($\bar{x}=2,38$) ve “Ruslar tarafından aşağılandım.” ($\bar{x}=2,36$) ifadeleri yüksek katılım payları ile ön plana çıkarken; “Ruslar tarafından eleştirildim.” ($\bar{x}=1,98$), “Ruslar tarafından tehdit edildim.” ($\bar{x}=2,09$) ve “Ruslar tarafından dışlandım.” ($\bar{x}=2,19$) ifadeleri de düşük katılım paylarına sahiptir.

“Gruplararası Kaygı” kategorisinde Rus turistlerin yüksek düzeyde katılım gösterdikleri önermeler sırasıyla; “Almanlar tarafından aşağılandım.” ($\bar{x}=1,59$), “Almanlar tarafından dışlandım.” ($\bar{x}=1,49$) ve eşit katılım düzeyleri ($\bar{x}=1,48$) ile “Almanlar tarafından tacize uğradım.” ve “Almanlar tarafından sözlü tacize uğradım.” ifadeleridir. Yine söz konusu kategoride; “Almanlar tarafından fiziksel zarara uğradım.” ($\bar{x}=1,40$), “Almanlar tarafından eleştirildim.” ($\bar{x}=1,44$) ve eşit katılım düzeyleri ($\bar{x}=1,45$) ile “Almanlar tarafından tehdit edildim.” ve “Almanlar benimle dalga geçti.” ifadeleridir.

Alman ve Rus turistlerin gruplararası önyargı ile ilgili görüşlerini ortaya çıkarmaya yönelik sunulan ifadelerin yapılan değişken analizi sonucuna göre; Alman turistlerin en fazla katılım gösterdikleri ifade “Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.” ($\bar{x}=2,77$) ifadesidir. Yine Alman turistlerin en fazla görüş birliğinde buldukları ifadeler “Almanlar ile Rusların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile

tanımlanmıştır.” ($\bar{x}=2,74$) ve “Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.” ($\bar{x}=2,66$) olarak sıralanabilmektedir. Alman turistlerin en düşük katılım gösterdikleri ifade ise; “Rusların buldukları otellerde genellikle sorun yaşanmaktadır.” ($\bar{x}=2,43$) ifadesidir.

Rus turistlerin gruplararası önyargıya ilişkin görüşleri ise katılım düzeylerine göre sırasıyla; “Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.”, ($\bar{x}=3,61$) “Her zaman görünür olmasa da Almanlar ile Rusların arasında süregelen bir çatışma vardır.” ($\bar{x}=2,33$) ve “Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.” ($\bar{x}=2,17$) olarak ortaya çıkmaktadır. Rus turistlerin en düşük katılım gösterdikleri ifade ise; “Almanların buldukları otellerde genellikle sorun yaşanmaktadır.” ($\bar{x}=1,75$) ifadesidir.

Bir sonraki kısımda ise; turistlerin ifadelerine vermiş oldukları yanıtların madde puanları analiz edilerek, hangi milliyetin söz konusu ifadelerden daha fazla etkilenmekte olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

4.13. Madde Puanlarının Alman ve Rus Turistler Arasında Karşılaştırılması

“Bütünleşik Tehdit Teorisi” çerçevesinde, Alman ve Rus turistlerin tehdit algılamalarının ölçülmesine yönelik olarak hazırlanan ifadelerine verdikleri yanıtlar öncelikle iki milliyetin aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığı şeklinde araştırılmıştır. Ardından aralarında anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu ifadelerden en fazla etkilenen turistler minimum-maksimum değerleri ve medyan değerleri yardımıyla belirlenerek yorumlanmıştır. Aşağıdaki Tablo 27’de söz konusu değerlere ilişkin puanlamalar yer almaktadır.

Tablo 27. İfadelerin Medyan ve Minimum-Maksimum Değerleri

İFADELER	ALMAN		RUS		p
	Medyan	Min.- Maks.	Medyan	Min.- Maks.	
GERÇEKÇİ TEHDİTLER					
1.Almanlar/Ruslar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.	3	1-5	4	1-5	<0,001
2.Almanlar/Ruslar, dünya siyasetine çok fazla hâkimdir.	3	1-4	2	1-5	0,584
3.Almanlara/Ruslara otellerde ayrımcılık yapıyor.	2	1-5	3	1-5	0,023
4.Almanların/Rusların ekonomik gücü çok fazladır.	2	1-5	4	1-5	<0,001
5.Almanların/Rusların bulunmadığı alanlarda kendimi güvende hissediyorum.	2	1-5	2	1-5	<0,001
6.Otel çalışanları Almanlara/Ruslara, olması gerekenden fazla hoşgörülü davranıyor.	2	1-5	2	1-5	<0,001
7.Almanların/Rusların buldukları ortamlarda suç oranları artar.	3	1-5	1	1-5	<0,001
8.Almanlar/Ruslar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.	2	1-5	1	1-5	<0,001
9.Almanlar/Ruslar, otelin ortak kullanım alanlarında öncelikli olmak istiyorlar.	2	1-4	2	1-4	<0,001
10.Almanlar/Ruslar yoğun olarak buldukları otelleri olumsuz etkilemektedirler.	2	1-4	1	1-4	<0,001
SEMBOLİK TEHDİTLER					
1.Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.	3	1-5	3	1-5	<0,001
2.Almanlar/Ruslar, Rusların/Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.	2	1-5	2	1-5	0,001
3.Almanlar ile Rusların birbirlerinden farklı aile değerleri vardır.	3	1-4	2	1-5	0,041
4.Almanlar / Ruslar, geleneklerine Almanlardan / Ruslardan daha fazla değer verirler.	2	1-4	3	1-5	<0,001
5.Almanlar/Ruslar, ahlaki yönden Ruslara/Almanlara göre kendilerini üstün sayıyorlar.	2	1-4	2	1-5	0,013
6.Almanlar/Ruslar, Ruslara/Almanlara saygısız davranıyorlar.	2	1-4	2	1-5	0,001
7.Almanların/Rusların, aile ilişkileri zayıftır.	2	1-4	2	1-5	<0,001
8.Almanların/Rusların çocuk yetiştirme tarzları zayıftır.	2	1-4	2	1-5	<0,001
9.Almanların/Rusların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.	3	1-5	1	1-5	<0,001
10.Almanların/Rusların yaşam tarzları otelin genel ortamını olumsuz etkilemektedir.	2	1-5	1	1-5	<0,001

Tablo 27.-Devamı

İFADELER	ALMAN		RUS		p
	Medyan	Min.- Maks.	Medyan	Min.- Maks.	
OLUMSUZ YARGILAR					
1. Almanlar / Ruslar bencildir.	2	1-4	1	1-5	<0,001
2. Almanlar / Ruslar hilekârdır.	2	1-4	1	1-5	<0,001
3. Almanlar / Ruslar soğuktur.	3	1-4	2	1-5	<0,001
4. Almanlar / Ruslar önyargılıdır.	2	1-4	1	1-5	<0,001
5. Almanlar / Ruslar kabadır.	2	1-4	1	1-5	<0,001
6. Almanlar / Ruslar korkaktır.	2	1-3	1	1-4	<0,001
7. Almanlar / Ruslar tembeldir.	2	1-4	1	1-5	<0,001
8. Almanlar / Ruslar yalancıdır.	2	1-4	1	1-5	<0,001
9. Almanlar / Ruslar gürültülüdür.	2	1-5	1	1-4	<0,001
10. Almanlar / Ruslar laubalidir.	2	1-4	1	1-4	<0,001
GRUPLARARASI KAYGI					
1. Almanlar / Ruslar tarafından aşağılandım.	3	1-4	1	1-5	<0,001
2. Almanlar/Ruslar tarafından hakarete uğradım.	2	1-4	1	1-5	<0,001
3. Almanlar / Ruslar benimle dalga geçti.	2	1-4	1	1-4	<0,001
4. Almanlar / Ruslar tarafından dışlandım.	2	1-4	1	1-4	<0,001
5. Almanlar / Ruslar tarafından tacize uğradım.	2	1-4	1	1-4	<0,001
6. Almanlar/Ruslar tarafından küçük düşürüldüm.	2	1-4	1	1-4	<0,001
7. Almanlar / Ruslar tarafından eleştirildim.	2	1-3	1	1-4	<0,001
8. Almanlar / Ruslar tarafından tehdit edildim.	2	1-4	1	1-5	<0,001
9. Almanlar/Ruslar tarafından sözlü tacize uğradım.	2	1-4	1	1-5	<0,001
10. Almanlar/Ruslar tarafından fiziksel zarara uğradım.	2	1-5	1	1-4	<0,001
GRUPLARARASI ÖNYARGI					
1. Almanlar ile Rusların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile değerlendirilmiştir.	3	1-4	2	1-5	<0,001
2. Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.	3	1-4	4	1-5	<0,001
3. Her zaman görünür olmasa da Almanlar ile Rusların arasında süregelen bir çatışma vardır.	2	1-4	2	1-5	<0,001
4. Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.	3	2-5	2	1-5	<0,001
5. Almanların/Rusların buldukları otellerde genellikle sorun yaşanmaktadır.	2	1-5	2	1-4	<0,001

Tablo 27’de yer alan verilere göre; “Gerçekçi Tehditler” kategorisinde; Alman turistlerin anlamlı olarak daha fazla etkilendiklerini belirttikleri ifadeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Rusların buldukları ortamlarda suç oranları artar.
- Ruslar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.

- Ruslar yoğun olarak buldukları otelleri olumsuz etkilemektedirler.

“Gerçekçi Tehditler” kategorisinde; Rus turistlerin anlamlı olarak daha fazla etkilendiklerini belirttikleri ifadeler ise şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Almanlar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.
- Almanlara otellerde ayrımcılık yapılıyor.
- Almanların ekonomik gücü çok fazladır.

“Sembolik Tehditler” kategorisinde; Alman turistlerin anlamlı olarak daha fazla etkilendiklerini belirttikleri ifadeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Almanlar ile Rusların birbirlerinden farklı aile değerleri vardır.
- Rusların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.
- Rusların yaşam tarzları otelin genel ortamını olumsuz etkilemektedir.

“Sembolik Tehditler” kategorisinde; Rus turistlerin anlamlı olarak daha fazla etkilendiklerini belirttikleri ifade ise şu şekildedir:

- Ruslar, geleneklerine Almanlardan daha fazla değer verirler.

“Olumsuz Yargılar” kategorisinde yer alan tüm ifadeler; Alman turistlerde Rus turistlere nazaran daha fazla anlamlı olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum olumsuz yargıların Alman turistlerde daha fazla yer edinmiş olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Söz konusu ifadeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Ruslar bencildir.
- Ruslar hilekârdır.
- Ruslar soğuktur.
- Ruslar önyargılıdır.
- Ruslar kabadır.
- Ruslar korkaktır.
- Ruslar tembeldir.
- Ruslar yalancıdır.
- Ruslar gürültülüdür.
- Ruslar laubalidir.

Bütünleşik Tehdit Teorisi Modelinin son aşaması olan “Gruplararası Kaygı” kategorisinde de bir önceki tehdit unsuru olan “Olumsuz Yargılar” kategorisinde ortaya çıkan sonuca benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. Yine “Gruplararası Kaygı” kategorisinde yer alan tüm ifadeler; Alman turistlerde Rus turistlere nazaran daha fazla anlamlı olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum gruplararası kaygı seviyesinin Alman turistlerde daha fazla olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Söz konusu ifadeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Ruslar tarafından aşağılandım.
- Ruslar tarafından hakarete uğradım.
- Ruslar benimle dalga geçti.
- Ruslar tarafından dışlandım.
- Ruslar tarafından tacize uğradım.
- Ruslar tarafından küçük düşürüldüm.
- Ruslar tarafından eleştirildim.
- Ruslar tarafından tehdit edildim.
- Ruslar tarafından sözlü tacize uğradım.
- Ruslar tarafından fiziksel zarara uğradım.

Son olarak “Gruplararası Önyargı” kategorisinde; Alman turistlerin anlamlı olarak daha fazla etkilendiklerini belirttikleri ifadeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Almanlar ile Rusların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile değerlendirilmiştir.
- Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.

“Gruplararası Önyargı” kategorisinde; Rus turistlerin anlamlı olarak daha fazla etkilendiklerini belirttikleri ifade ise şu şekildedir:

- Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.

Genel olarak turistlerin yoğun olarak etkilendiklerini belirttikleri ifadelerin ait oldukları alt tehdit unsurlarını ve gruplararası önyargıya ilişkin korelasyon ilişkilerini belirleyebilmek amacıyla bundan sonraki kısımda korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmektedir.

4.14. Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon analizi, bir değişkenin diğer bir değişken ile arasındaki ilişkisinin ölçülmesine aracılık etmektedir. İki değişken arasındaki ilişkinin düzeyini (derecesini-şiddetini-gücünü) ve yönünü belirlemek amacı ile yapılmaktadır. Korelasyon katsayısı “r” harfiyle ifade edilmektedir ve -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Katsayı -1 ise negatif yönlü tam ilişki, +1 ise değişkenler arasında pozitif yönlü tam ilişki bulunmaktadır. Eğer katsayı değeri 0 ise iki değişken arasında ilişki olmadığı ortaya çıkmaktadır. Katsayı mutlak değerce +1’e yaklaştıkça ilişkinin gücü artmaktadır, sıfıra yaklaştıkça ilişkinin gücü azalmaktadır. Burada, değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini, rakamların mutlak büyüklüğü, yönünü ise rakamların işareti (pozitif ya da negatif olması) belirlemektedir. İki değişken arasında pozitif yönlü ($r>0$) bir ilişkinin olması durumunda, bir değişkene atfedilen değer artması veya azalması sonucunda diğer değişkenin de artacağı ya da azalacağı varsayılmaktadır. İki değişken arasındaki ilişkinin negatif ($r<0$) olması ise; bir değişkene atfedilen değer artarken, diğer değişkenin değerinin azalması anlamına gelmektedir (Karagöz, 2010: 81; Ural ve Kılıç, 2013: 243; Kozak, 2014: 148).

Ayrıca, korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak, 0,70-1,00 arasında olması yüksek/kuvvetli; 0,69-0,30 arasında olması orta; 0,29-0,00 arasında olması ise; düşük/zayıf düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilmektedir. Analize tabii tutulacak verilerin dağılımlarının normal olmadığı göz önünde bulundurulduğunda; parametrik olmayan testlerden; iki sıralı değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi ölçmek amacıyla Spearman Sıra Korelasyon Katsayısı'nın kullanılması uygun görülmüştür (Büyüköztürk, 2011: 32, 145; Çilingirtürk, 2011: 124).

Bütünleşik Tehdit Teorisi'ne ait alt tehdit unsurlarının ve Alman turistlerin gruplararası önyargıya ilişkin düşüncelerini belirten bulgular arasındaki korelasyon ilişkileri Ek 4'te verilmiştir. Buna göre; “Ruslar bencildir.” ifadesi ile “Ruslar hilekârdır.” ifadesi arasındaki ilişkiye yönelik ortaya çıkan sonuçlarda; ifadeler arasındaki korelasyonun, en güçlü ilişkiyi belirttiği görülmektedir. Bu iki ifade arasındaki korelasyonun $r=0,781$ değeriyle, aralarında anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yine “Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.” ifadesi ile “Ruslar yalancıdır.” ifadeleri arasında da anlamlı, pozitif ve güçlü düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,777$).

“Rusların buldukları ortamlarda suç oranları artar.” ifadesi ile “Ruslar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.” ifadesi arasında da anlamlı, pozitif ve güçlü düzeyde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($r=0,741$).

“Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.” ifadesi ve “Ruslar, Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.” ifadeleri de anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki ortaya koymaktadır ($r=0,739$).

Olumsuz yargılar kategorisinde yer alan “Ruslar kokaktır.” ifadesi ile “Ruslar tembeldir.” ifadesi de, $r=0,737$ değeri ile ifadeler arasındaki anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu belirtmektedir.

Gruplararası kaygı kategorisinde ise; “Ruslar tarafından aşağılandım.” ifadesi ile “Ruslar tarafından hakarete uğradım.” ifadesi arasında da, yine anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($r=0,705$).

Bunların dışında Alman turistlerden toplanan verilerin Korelasyon Analizi bulgularına göre diğer bazı değişkenler arasında da anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Buna göre;

- Gruplararası kaygı kategorisinde yer alan ifadelerden; “Ruslar benimle dalga geçti.” ve “Ruslar tarafından fiziksel zarara uğradım.” arasında ($r=0,698$),
- Gerçekçi tehditler kategorisinde bulunan; “Otel çalışanları Ruslara, olması gerekenden fazla hoşgörülü davranıyor.” ve “Rusların buldukları ortamlarda suç oranları artar.” ifadeleri arasında ($r=0,692$),
- Olumsuz yargılar kategorisinde yer alan; “Ruslar tembeldir.” ve “Ruslar yalancıdır.” ifadeleri ($r=0,683$), ile “Ruslar soğuktur.” ve “Ruslar önyargılıdır.” ifadeleri arasında ($r=0,671$),
- “Ruslar yalancıdır.” ifadesi ile “Ruslar, Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.” ifadesi arasında ($r=0,675$),
- “Ruslara otellerde ayrımcılık yapılıyor.” ve “Rusların ekonomik gücü çok fazladır.” ifadeleri ile “Ruslar ile Almanlar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.” ve “Ruslar korkaktır.” ifadeleri arasında ($r=0,669$),
- “Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.” ifadesi ve “Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.” ifadesi arasında ($r=0,664$),
- Sembolik tehditler kategorisinde yer alan “Ruslar, Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.” ifadesi ile “Rusların kültürel değerleri otelin

atmosferine zarar vermektedir.” ifadesi arasında anlamlı, pozitif ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,651$).

Bütünleşik Tehdit Teorisi'ne ait alt tehdit unsurlarının ve Rus turistlerin gruplararası önyargıya ilişkin düşüncelerini belirten bulgular arasındaki korelasyon ilişkileri Ek 5'te verilmiştir. Buna göre; “Almanların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.” ifadesi ile “Almanların yaşam tarzları otelin genel ortamını olumsuz etkilemektedir.” ifadesi arasındaki ilişkiye yönelik ortaya çıkan sonuçlarda; ifadeler arasındaki korelasyonun, en güçlü ilişkiyi belirttiği görülmektedir. Bu iki ifade arasındaki korelasyonun $r=0,916$ değeriyle, aralarında anlamlı, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yine “Almanlar tarafından tehdit edildim.” ifadesi ile “Almanlar tarafından sözlü tacize uğradım.” ifadeleri arasında da anlamlı, pozitif ve güçlü düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,914$).

“Almanlar gürültülüdür.” ifadesi ile “Almanlar laubalidir.” ifadesi arasında da anlamlı, pozitif ve güçlü düzeyde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($r=0,900$).

Bunların dışında Rus turistlerden toplanan verilerin Korelasyon Analizi bulgularına göre diğer bazı değişkenler arasında da anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Buna göre;

- Gruplararası kaygı kategorisinde yer alan ifadelerden; “Almanlar tarafından hakarete uğradım.” ve “Almanlar tarafından dışlandım.” arasında ($r=0,891$), “Almanlar tarafından tehdit edildim.” ve “Almanlar tarafından fiziksel zarara uğradım.” ifadeleri arasında ($r=0,882$),
- Yine gruplararası kaygı kategorisinde bulunan; “Almanlar tarafından küçük düşürüldüm.” ve “Almanlar tarafından eleştirildim.” ifadeleri ile ($r=0,877$), “Almanlar benimle dalga geçti.” ve “Almanlar tarafından dışlandım.” ifadeleri arasında ($r=0,869$),
- Olumsuz yargılar kategorisinde yer alan; “Almanlar kabadır.” ve “Almanlar korkaktır.” ifadeleri ile ($r=0,862$), “Almanlar bencildir.” ve “Almanlar hilekârdır.” ifadeleri arasında ($r=0,846$),
- Yine olumsuz yargılar kategorisinde yer alan; “Almanlar tembeldir.” ve “Almanlar yalancıdır.” ifadeleri ile ($r=0,844$), “Almanlar soğuktur.” ve “Almanlar önyargılıdır.” ifadeleri arasında ($r=0,829$),

- Gerçekçi tehditler kategorisinde bulunan; “Almanlar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.” ve “Almanların buldukları ortamlarda suç oranları artar.” ifadeleri ile ($r=0,819$), “Almanlar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.” ve “Almanlar, otelin ortak kullanım alanlarında öncelikli olmak istiyorlar.” ifadeleri arasında ($r=0,761$),
- Sembolik tehditler kategorisinde bulunan; “Almanlar, Ruslara saygısız davranıyorlar.” ve “Almanların, aile ilişkileri zayıftır.” ifadeleri ile ($r=0,812$), “Almanların, aile ilişkileri zayıftır.” ve “Almanların çocuk yetiştirme tarzları zayıftır.” ifadeleri arasında ($r=0,743$),
- Gruplararası önyargı kategorisinde bulunan; “Almanların buldukları otellerde genellikle sorun yaşanmaktadır.” ve “Ruslar ile Almanların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile değerlendirilmiştir.” ifadeleri arasında anlamlı, pozitif ve güçlü düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,765$).

Bütünleşik Tehdit Teorisi'ne ait alt tehdit unsurlarının ve turistlerin gruplararası önyargıya ilişkin düşüncelerini belirten bulgular arasındaki korelasyon ilişkilerinin dışında, araştırmanın temel hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan Korelasyon Analizi sonuçları da Tablo 28'de yer almaktadır.

Tablo 28. Korelasyon Sonuçları Tablosu

SPEARMAN'S RHO		GRUPLARARASI ÖNYARGI	
		ALMAN	RUS
GERÇEKÇİ TEHDİTLER	r	0,404	0,580
	p	<0,001	<0,001
SEMBOLİK TEHDİTLER	r	0,456	0,622
	p	<0,001	<0,001
OLUMSUZ YARGILAR	r	0,661	0,446
	p	<0,001	<0,001
GRUPLARARASI KAYGI	r	0,538	0,504
	p	<0,001	<0,001
BÜTÜNLEŞİK TEHDİTLER	r	0,620	0,472
	p	<0,001	<0,001

Tablo 28'de yer alan bulgulara göre; araştırmanın beş temel hipotezinin sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H1: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları gerçeği tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

Alman turistler için; gerçeği tehditlerin algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,404$; $p<0,001$).

Rus turistler için; gerçeği tehditlerin algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,580$; $p<0,001$).

Her iki milliyet için de; konaklamaları boyunca algılamış oldukları gerçeği tehditlerin dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olduğu söylenebilmektedir. Bu durumda H1 kabul edilmiştir.

H2: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları sembolik tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

Alman turistler için; sembolik tehditlerin algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,456$; $p<0,001$).

Rus turistler için; sembolik tehditlerin algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,622$; $p<0,001$).

Her iki milliyet için de konaklamaları boyunca algılamış oldukları sembolik tehditlerin dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olduğu söylenebilmektedir. Bu durumda H2 kabul edilmiştir.

H3: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları olumsuz yargılar, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

Alman turistler için; olumsuz yargıların algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,661$; $p<0,001$).

Rus turistler için; olumsuz yargıların algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,446$; $p<0,001$).

Her iki milliyet için de konaklamaları boyunca algılamış oldukları olumsuz yargıların dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olduğu söylenebilmektedir. Bu durumda H3 kabul edilmiştir.

H4: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları gruplararası kaygı, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

Alman turistler için; gruplararası kaygının algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,538$; $p<0,001$).

Rus turistler için; gruplararası kaygının algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,504$; $p<0,001$).

Her iki milliyet için de konaklamaları boyunca algılamış oldukları gruplararası kaygının dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olduğu söylenebilmektedir. Bu durumda H4 kabul edilmiştir.

H5: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.

Alman turistler için; bütünleşik tehditlerin algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,620$; $p<0,001$).

Rus turistler için; bütünleşik tehditlerin algılanması ile dış gruba karşı önyargılı davranmalarının arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,472$; $p<0,001$).

Her iki milliyet için de konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünleşik tehditlerin dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olduğu söylenebilmektedir. Bu durumda H5 kabul edilmiştir.

Bundan sonraki kısımda, araştırmanın alt hipotezlerinin sınanmasına ilişkin yapılan testlerden Kruskal-Wallis H Testi sonuçlarına yer verilmektedir.

4.15. Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Kruskal-Wallis H testi, birbirinden bağımsız ikiden fazla grubun (örneklemen) bağımlı bir değişkene ilişkin ölçümlerinin karşılaştırılarak dağılımlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacı ile kullanılmaktadır. Kruskal-Wallis H testi iki grup için yapılırsa Mann-Whitney U testi ile aynı sonucu vermektedir. Bu sebeple üç ve daha fazla gruba ilişkin dağılımın karşılaştırılması sonucu gruplar arasında anlamlı bir fark bulunması durumunda farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılabilmektedir. Başka bir anlatımla, Kruskal-Wallis tekniği Mann-Whitney tekniğinin bir uzantısı durumundadır (Tekin, 2009: 174; Ural ve Kılıç, 2013: 269; Ünver, Gamgam ve Altunkaynak, 2013: 447). Bu işlem, parametrik bir test olan tek yönlü varyans analizinin normallik varsayımının karşılanmadığı durumlarda (Büyüköztürk, 2011: 159), bağlantısız n sayıdaki örnek kütlelerin farklı ana kütlelerden gelip gelmediğinin sınanmasında kullanılan bir tekniktir (Tekin, 2009: 174; Çilingirtürk, 2011: 124). İki değişkenden daha fazla değişkene sahip olan sorulara ilişkin hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılan Kruskal-Wallis H Testi sonuçları öncelikle cinsiyete ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren Tablo 29'da yer almaktadır.

Tablo 29. Cinsiyet Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

CİNSİYET		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	Erkek	26	12-35	0,571	21	10-40	0,075
	Kadın	23	13-41		23	10-41	
	Diğer	27,5	12-31		17	17-17	
Sembolik Tehditler	Erkek	24	14-39	0,307	20	10-40	0,001
	Kadın	26	13-32		24	10-41	
	Diğer	22,5	14-31		14	14-14	
Olumsuz Yargılar	Erkek	25	16-35	<0,001	14	10-40	0,003
	Kadın	19	16-31		18	10-40	
	Diğer	26	16-31		10	10-10	
Gruplararası Kaygı	Erkek	21	10-35	0,692	10	10-40	0,154
	Kadın	22	10-36		11	10-40	
	Diğer	23	20-31		10	10-10	
Gruplararası Önyargı	Erkek	12	8-18	0,767	11	5-21	0,014
	Kadın	12	9-19		12	5-20	
	Diğer	13,5	11-19		13	13-13	
Bütünleşik Tehditler	Erkek	99	63-115	0,073	72	42-160	0,008
	Kadın	97	72-130		79	40-160	
	Diğer	104	63-113		51	51-51	

Tablo 29’da yer alan verilere göre; H6’nın sınanmasına ilişkin bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H6: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Cinsiyet değişkeni ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve cinsiyete ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasında anlamlı fark bulunduğu, farklılığın kaynağını tespit etmek için ise gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır.

Alman turistlerin bütünleşik tehdit teorisini oluşturan ifadelerle vermiş oldukları yanıtlar ile cinsiyet değişkeni arasında hipotezin test edilmesine ilişkin yapılan analizde; gerçekçi tehditlerin ($p=0,571$), sembolik tehditlerin ($p=0,307$), gruplararası kaygının ($p=0,692$) ve gruplararası önyargının ($p=0,767$), algılanması açısından, cinsiyet grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Alman turistlerde cinsiyet değişkeni için yapılan analizde bütünleşik tehdit teorisini oluşturan unsurlardan sadece “olumsuz yargılar” faktörü için elde edilen p değeri 0,05’ten küçüktür ($p<0,001$). Bu

durumda, sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ve gruplar arasında istatistiksel olarak bir farklılık bulunmaktadır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda; olumsuz yargılar bakımından erkekler ve kadınlar arasında anlamlı fark varken ($p<0,001$), erkek turistler ve diğerleri arasında ($p=0,812$) ve kadın turistler ile diğerleri arasında ($p=0,346$) anlamlı fark bulunamamıştır. Buna göre cinsiyet gruplarına ilişkin madde puanları dikkate alındığında;

- Olumsuz yargıları, erkek Alman turistler kadın Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı açısından değerlendirildiğinde ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri bakımından cinsiyet grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=0,073$). Bu durumda H_0 Alman turistler açısından reddedilmiştir.

Rus turistlerin bütünlük tehdit teorisini oluşturan ifadelerle vermiş oldukları yanıtlar ile cinsiyet değişkeni arasında hipotezin test edilmesine ilişkin yapılan analizde; gerçekçi tehditlerin ($p=0,075$) ve gruplararası kaygının ($p=0,154$) algılanması açısından, cinsiyet grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Rus turistler için cinsiyet değişkeni için yapılan analizde bütünlük tehdit teorisini oluşturan unsurlardan; sembolik tehditler ($p=0,001$), olumsuz yargılar ($p=0,003$), gruplararası önyargı ($p=0,014$) ve bütünlük tehditler ($p=0,008$) faktörleri için elde edilen p değerleri 0,05'ten küçüktür. Bu durumda, sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ve gruplar arasında istatistiksel olarak bir farklılık bulunmaktadır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda; sembolik tehditler ($p=0,010$), olumsuz yargılar ($p=0,011$) ve gruplararası önyargı ($p=0,006$) bakımından gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Buna göre;

- Sembolik tehditleri; kadın Rus turistler erkek Rus turistlere göre ($p=0,010$), erkek Rus turistler cinsiyetini diğer seçeneğini kullanarak ifade eden Rus turistlere göre ($p=0,006$) ve kadın Rus turistler cinsiyetini diğer seçeneğini kullanarak ifade eden Rus turistlere göre ($p=0,005$) anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar. Cinsiyet gruplarına ilişkin madde puanları dikkate alındığında ise; sembolik tehditleri kadın Rus turistler anlamlı olarak ($p=0,001$) daha fazla algılamaktadırlar.

- Olumsuz yargıları; kadın Rus turistler erkek Rus turistlere göre ($p=0,011$), erkek Rus turistler cinsiyetini diğer seçeneğini kullanarak ifade eden Rus turistlere göre ($p=0,043$) ve kadın Rus turistler cinsiyetini diğer seçeneğini kullanarak ifade eden Rus turistlere göre ($p=0,015$) anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar. Cinsiyet gruplarına ilişkin madde puanları dikkate alındığında ise; olumsuz yargıları kadın Rus turistler anlamlı olarak ($p=0,003$) daha fazla algılamaktadırlar.
- Gruplararası önyargıyı; kadın Rus turistler, erkek Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,006$).

Toplam ölçek puanı açısından değerlendirildiğinde ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditler bakımından cinsiyet grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,008$). Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditler bakımından erkek Rus turistler ile kadın Rus turistler arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,186$). Erkek Rus turistler; cinsiyetini diğer seçeneğini kullanarak ifade eden Rus turistlere göre ($p=0,004$) ve kadın Rus turistler cinsiyetini diğer seçeneğini kullanarak ifade eden Rus turistlere göre ($p=0,006$) bütünlük tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar. Bu durumda H6 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditler ile cinsiyet grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken, Rus turistler açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H6 kısmen kabul edilmiştir.

Medeni durum değişkeni ile bütünlük tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve medeni duruma ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasında anlamlı fark bulunduğu, farklılığın kaynağını tespit etmek için ise gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Medeni durum değişkenine ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 30'da yer almaktadır.

Tablo 30. Medeni Durum Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

MEDENİ DURUM		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>	Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>
Gerçekçi Tehditler	Evli	24	16-35	0,010	24	10-41	<0,001
	Bekâr	26	12-41		19,5	10-35	
	Diğer	25	17-35		27	11-40	
Sembolik Tehditler	Evli	25	15-39	<0,001	26	10-41	<0,001
	Bekâr	25	13-31		18	10-41	
	Diğer	31	15-39		29	16-40	
Olumsuz Yargılar	Evli	24	17-35	<0,001	20	10-40	<0,001
	Bekâr	24	16-33		12,5	10-31	
	Diğer	24	17-31		25	11-40	
Gruplararası Kaygı	Evli	21	10-30	0,003	16	10-40	<0,001
	Bekâr	24	10-36		10	10-33	
	Diğer	24	10-25		20	12-40	
Gruplararası Önyargı	Evli	12	11-18	<0,001	13	5-21	0,378
	Bekâr	12	8-19		11	5-20	
	Diğer	14	12-18		16	7-20	
Bütünleşik Tehditler	Evli	96	73-114	0,023	85	40-160	<0,001
	Bekâr	97	63-130		69	42-120	
	Diğer	104	74-114		93	57-160	

Tablo 30'da yer alan verilere göre; H7'nin sınanmasına ilişkin bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H7: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları açısından, medeni durum grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,010$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,003$; $p<0,001$; $p=0,023$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; bekâr Alman turistler evli Alman turistlere nazaran anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,031$). Ayrıca medeni durumunu diğer olarak belirtenler de evli olanlara göre daha fazla algılamaktadır ($p=0,004$). Gerçekçi tehditler bakımından bekâr turistler ile diğerleri arasındaki fark ise anlamlı bulunmamıştır ($p=0,251$).

- Sembolik tehditleri; medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler evli Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yine medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler bekâr Alman turistlere göre sembolik tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Sembolik tehditler bakımından evli Alman turistler ile bekâr Alman turistler arasındaki fark ise anlamlı bulunmamıştır ($p=0,099$).
- Olumsuz yargıları; evli Alman turistler, bekâr Alman turistlere, göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler bekâr Alman turistlere göre olumsuz yargıları anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,011$). Evli Alman turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler arasındaki fark olumsuz yargılar bakımından anlamlı bulunmamıştır ($p=0,394$).
- Gruplararası kaygıyı; bekâr Alman turistler, evli Alman turistlere, oranla anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,003$). Yine gruplararası kaygıyı bekâr Alman turistler medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,020$). Evli Alman turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler arasındaki fark gruplararası kaygı bakımından anlamlı bulunmamıştır ($p=0,394$).
- Gruplararası önyargıyı ise; bekâr Alman turistler, evli Alman turistlere, kıyasla anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,018$). Medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler, evli Alman turistlere göre anlamlı olarak gruplararası önyargıyı daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yine medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler bekâr Alman turistlere göre gruplararası önyargıyı anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). Medeni durum gruplarına ilişkin madde puanları dikkate alındığında ise; gruplararası önyargıyı medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditler ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,023$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditler bakımından bekâr Alman turistler ile evli Alman turistler arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,705$). Medeni durumunu diğer olarak belirten Alman turistler, evli Alman turistlere ve bekâr Alman turistlere göre anlamlı

olarak bütünleşik tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$; $p=0,024$). Bu durumda H7 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları açısından, medeni durum grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunurken ($p<0,001$); gruplararası önyargıyı algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,378$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; evli Rus turistler bekâr Rus turistlere nazaran anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ayrıca medeni durumunu diğer olarak belirtenler de bekâr olanlara göre gerçekçi tehditleri daha fazla algılamaktadır ($p=0,002$). Gerçekçi tehditler bakımından evli Rus turistler ile diğerleri arasındaki fark ise anlamlı bulunmamıştır ($p=0,103$).
- Sembolik tehditleri; evli Rus turistler bekâr Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yine medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler bekâr Rus turistlere göre anlamlı olarak sembolik tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,011$). Sembolik tehditler bakımından evli Rus turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler arasındaki fark ise anlamlı bulunmamıştır ($p=0,501$).
- Olumsuz yargıları; evli Rus turistler, bekâr Rus turistlere, göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler evli Rus turistlere göre ve bekâr Rus turistlere göre de olumsuz yargıları anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,020$; $p<0,001$). Medeni durum gruplarına ilişkin madde puanları dikkate alındığında ise; olumsuz yargıları medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; evli Rus turistler, bekâr Rus turistlere, oranla anlamlı olarak ($p<0,001$) daha fazla algılamaktadırlar. Yine gruplararası kaygıyı medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler evli Rus turistlere göre ve bekâr Rus turistlere göre de anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,024$; $p<0,001$). Medeni durum gruplarına ilişkin madde puanları dikkate alındığında ise; gruplararası kaygıyı medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

- Gruplararası önyargı faktöründe ise; evli Rus turistler ile bekâr Rus turistler arasında, evli Rus turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler arasında ve bekâr Rus turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler arasındaki farklar ise anlamlı bulunmamıştır ($p=0,204$; $p=0,370$; $p=0,593$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri bakımından evli Rus turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler arasında ve bekâr Rus turistler ile medeni durumunu diğer olarak belirten Rus turistler arasındaki farklar anlamlı bulunmamıştır ($p=0,193$; $p=0,341$). Evli Rus turistler ise bekâr Rus turistlere göre bütünlük tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H7 Rus turistler için de kabul edilmiştir.

Genel olarak, her iki milliyetin de konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditleri medeni durum gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu durumda H7 kabul edilmiştir.

Yaş değişkeni ile bütünlük tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve yaş gruplarına ilişkin hipotezi test etmek amacıyla Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yaş değişkenine ilişkin hipotezin test edilmesine ait verileri gösteren sonuçlar Tablo 31'de yer almaktadır.

Tablo 31. Yaş Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

YAŞ	ALMAN			RUS			
	Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p	
Gerçekçi Tehditler	24 ve altı	27	12-29	<0,001	21	10-35	<0,001
	25 – 34 arası	32	13-41		22,5	15-40	
	35 – 44 arası	21	12-29		18	10-41	
	45 – 54 arası	19	12-29		27	15-35	
	55 ve üzeri	22	12-29		32	16-40	
Sembolik Tehditler	24 ve altı	26	14-29	<0,001	17,5	11-37	<0,001
	25 – 34 arası	26	16-39		23,5	13-40	
	35 – 44 arası	22	14-31		21	10-41	
	45 – 54 arası	26	13-34		24,5	14-41	
	55 ve üzeri	24	14-29		30	14-40	
Olumsuz Yargılar	24 ve altı	28	16-33	<0,001	11	10-26	<0,001
	25 – 34 arası	23	16-31		20	10-40	
	35 – 44 arası	24	16-31		14	10-40	
	45 – 54 arası	23	16-35		23	10-38	
	55 ve üzeri	25	16-31		10	10-40	
Gruplararası Kaygı	24 ve altı	21	20-32	<0,001	10	10-24	<0,001
	25 – 34 arası	16	10-36		20	10-40	
	35 – 44 arası	24	16-35		10	10-40	
	45 – 54 arası	23	10-35		20	10-29	
	55 ve üzeri	24	21-27		10	10-40	
Gruplararası Önyargı	24 ve altı	12	8-19	0,144	13	5-19	0,010
	25 – 34 arası	12	11-18		12	5-20	
	35 – 44 arası	12	11-19		11	5-21	
	45 – 54 arası	13	9-19		12	5-21	
	55 ve üzeri	12	11-16		16	5-20	
Bütünleşik Tehditler	24 ve altı	110	63-115	<0,001	67,5	42-115	<0,001
	25 – 34 arası	99	72-130		88	59-160	
	35 – 44 arası	96	63-112		72	40-160	
	45 – 54 arası	97	63-112		95	51-126	
	55 ve üzeri	95	63-110		82	50-160	

Tablo 31’de yer alan verilere göre; H8’in sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H8: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları bakımından, yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p < 0,001$). Gruplararası önyargıyı algılamaları ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p = 0,144$). Bu durumda, gruplar arasındaki

istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; 24 yaş ve altındaki Alman turistler, 35-44 yaş arasındaki Alman turistlere göre, 45-54 yaş arasındaki Alman turistlere göre ve 55 yaş ve üzerindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,015$). 25-34 yaş arasında bulunan Alman turistler ise gerçekçi tehditleri, 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre, 45-54 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre ve 55 yaş ve üzerinde bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,028$). 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistler gerçekçi tehditleri 45-54 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). 55 yaş ve üzerindeki Alman turistler, gerçekçi tehditleri 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; 25-34 yaş arasında bulunan Alman turistler, 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre, 45-54 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre ve 55 yaş ve üzerinde bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ayrıca 55 yaş ve üzerindeki Alman turistler, sembolik tehditleri 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,005$).
- Olumsuz yargıları; 24 yaş ve altındaki Alman turistler, 25-34 yaş arasındaki Alman turistlere göre, 35-44 yaş arasındaki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 55 yaş ve üzerinde bulunan Alman turistler olumsuz yargıları 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$).
- Gruplararası kaygıyı; 24 yaş ve altındaki Alman turistler, 25-34 yaş arasındaki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,004$). Diğer taraftan ise; 55 yaş üzerindeki Alman turistler gruplararası kaygıyı, 24 yaş ve altında bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,013$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; 24 yaş ve altındaki Alman turistler, 35-44 yaş arasındaki Alman turistlere göre ve 45-54 yaş arasındaki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 25-34 yaş arasında bulunan Alman turistler, bütünleşik tehditleri 35-44 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre, 45-54 yaş arasında bulunan Alman turistlere göre ve 55 yaş ve üzerinde bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,004$; $p=0,028$). Bu durumda H8 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları bakımından, yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p=0,010$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; 25-34 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$). 45-54 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak gerçekçi tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$). 55 yaş ve üzerindeki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre, 25-34 yaş arasındaki Rus turistlere göre ve 45-54 yaş arasındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak gerçekçi tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$; $p=0,001$; $p=0,003$). 45-54 yaş arasındaki Rus turistler ise; 35-44 yaş arasındaki Rus turistlere göre gerçekçi tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; 25-34 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 35-44 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak sembolik tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 45-54 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak sembolik tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 55 yaş ve üzerindeki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre ve 25-34 yaş arasındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak sembolik tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,002$).
- Olumsuz yargıları; 25-34 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 45-54 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere ve 35-44 yaş arasındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak olumsuz yargıları daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

- Gruplararası kaygıyı; 45-54 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere ve 35-44 yaş arasındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,004$).
- Gruplararası önyargıyı; 55 yaş ve üzerindeki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre; 25-34 yaş arasındaki Rus turistlere göre; 35-44 yaş arasındaki Rus turistlere göre ve 45-54 yaş arasındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,031$; $p=0,002$; $p<0,001$; $p=0,003$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; 25-34 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 35-44 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak bütünlük tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 45-54 yaş arasındaki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak bütünlük tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 55 yaş ve üzerindeki Rus turistler, 24 yaş ve altındaki Rus turistlere göre ve 35-44 yaş arasındaki Rus turistlere göre bütünlük tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$; $p=0,007$). 45-54 yaş arasındaki Rus turistler, 35-44 yaş arasındaki Rus turistlere göre anlamlı olarak bütünlük tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H8 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, her iki milliyetin de konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditleri yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu durumda H8 kabul edilmiştir.

Eğitim durumu ile bütünlük tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve eğitim durumuna ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Eğitim durumuna ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 32'de yer almaktadır.

Tablo 32. Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

EĞİTİM DURUMU		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	İlköğretim	23	22-24	<0,001	24	17-40	0,023
	Ortaöğretim	21	16-32		23	10-33	
	Üniversite	26	12-41		20	10-41	
	Y.Lisans/Doktora	28	15-35		22	10-40	
Sembolik Tehditler	İlköğretim	26	16-26	0,022	27	18-41	<0,001
	Ortaöğretim	26	13-34		23	10-34	
	Üniversite	25	14-39		20,5	10-41	
	Y.Lisans/Doktora	19	15-39		20	17-40	
Olumsuz Yargılar	İlköğretim	23	18-25	0,004	21	10-40	<0,001
	Ortaöğretim	24	17-35		20	10-32	
	Üniversite	19	16-33		14	10-35	
	Y.Lisans/Doktora	24	17-35		10	10-40	
Gruplararası Kaygı	İlköğretim	25	21-25	0,007	10	10-40	0,079
	Ortaöğretim	21	16-35		11	10-33	
	Üniversite	21	10-36		10	10-32	
	Y.Lisans/Doktora	25	10-31		10	10-40	
Gruplararası Önyargı	İlköğretim	14	12-14	0,041	14	10-20	<0,001
	Ortaöğretim	12	11-18		10	5-19	
	Üniversite	12	8-19		11	5-21	
	Y.Lisans/Doktora	15	9-19		11	5-20	
Bütünleşik Tehditler	İlköğretim	97	79-97	0,076	79	70-160	<0,001
	Ortaöğretim	99	73-110		82	42-105	
	Üniversite	97	63-130		69	40-126	
	Y.Lisans/Doktora	96	73-114		82	55-160	

Tablo 32’de yer alan bulgulara göre; H9’un sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H9: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin eğitim durumları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve gruplararası önyargıyı algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p=0,022$; $p=0,004$; $p=0,007$; $p=0,041$). Oysa toplam ölçek puanı bakımından incelendiğinde Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,076$). Bu durumda H9 Alman turistler için reddedilmiştir.

Rus turistlerin eğitim durumları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı

farklılıklar bulunmuştur ($p=0,023$; $p<0,001$). Toplam ölçek puanı bakımından sadece Rus turistlerin algıladıkları gruplararası kaygı ile eğitim durumu grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,079$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; ilköğretim mezunu Rus turistler, ortaöğretim mezunu Rus turistlere göre; üniversite mezunu Rus turistlere göre; lisansüstü eğitim mezunu Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,016$; $p=0,012$; $p=0,031$).
- Sembolik tehditleri; ilköğretim mezunu Rus turistler, ortaöğretim mezunu Rus turistlere göre; üniversite mezunu Rus turistlere göre; lisansüstü eğitim mezunu Rus turistlere anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; ilköğretim mezunu Rus turistler, üniversite mezunu Rus turistlere göre ve lisansüstü eğitim mezunu Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ortaöğretim mezunu Rus turistler ise; olumsuz yargıları üniversite mezunu Rus turistlere ve lisansüstü eğitim mezunu Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; ilköğretim mezunu Rus turistler, ortaöğretim mezunu Rus turistlere göre; üniversite mezunu Rus turistlere göre; lisansüstü eğitim mezunu Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile eğitim durumu grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; ilköğretim mezunu Rus turistler, ortaöğretim mezunu Rus turistlere göre ve üniversite mezunu Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,009$; $p<0,001$). Bu durumda H9 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditleri ile eğitim durumu grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken, Rus turistler açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H9 kısmen kabul edilmiştir.

Meslek grupları ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve mesleğe ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Mesleğe ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 33'te yer almaktadır.

Tablo 33. Meslek Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

MESLEK		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	Çalışan*	25	12-35	<0,001	23	10-41	<0,001
	Emekli	25	15-41		31	12-35	
	İşsiz	20	12-26		17	11-33	
	Öğrenci	25	25-25		23,5	17-33	
	Ev hanımı	27	19-27		22	20-31	
	Diğer	23,5	17-27		17	17-17	
Sembolik Tehditler	Çalışan *	25	13-39	<0,001	24	10-41	<0,001
	Emekli	26	15-26		24	20-30	
	İşsiz	22	13-25		17	13-30	
	Öğrenci	31	27-31		19,5	14-34	
	Ev hanımı	26	13-26		20	20-31	
	Diğer	22,5	17-26		41	41-41	
Olumsuz Yargılar	Çalışan *	25	16-35	<0,001	17	10-40	<0,001
	Emekli	17	17-33		20,5	12-31	
	İşsiz	21	16-25		10	10-21	
	Öğrenci	24	24-27		15	10-27	
	Ev hanımı	28	16-28		20	14-28	
	Diğer	21,5	17-28		22	22-22	
Gruplararası Kaygı	Çalışan *	21	10-36	<0,001	11	10-40	<0,001
	Emekli	21	14-32		15	10-29	
	İşsiz	23	16-35		10	10-24	
	Öğrenci	24	24-27		10	10-28	
	Ev hanımı	31	16-31		20	14-29	
	Diğer	21,5	16-31		10	10-10	
Gruplararası Önyargı	Çalışan *	12	8-19	<0,001	11	5-21	<0,001
	Emekli	12	9-15		8	5-16	
	İşsiz	11	11-14		10	7-18	
	Öğrenci	12	12-16		13	7-19	
	Ev hanımı	19	11-19		12	5-16	
	Diğer	12,5	11-19		13	13-13	
Bütünleşik Tehditler	Çalışan *	97	63-130	<0,001	82	40-160	<0,001
	Emekli	98	74-115		87	60-120	
	İşsiz	77	63-108		54	46-94	
	Öğrenci	104	104-106		75,5	51-117	
	Ev hanımı	112	76-112		82	72-119	
	Diğer	86	73-112		90	90-90	

*Çalışan (Memur, İşçi, Serbest Meslek, İşveren)

Tablo 33'te yer alan bulgulara göre; H11'in sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H11: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin meslek grupları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; emekli Alman turistler, çalışan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). Çalışan Alman turistler ise; işsiz Alman turistlere göre gerçekçi tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Emekli Alman turistler de, işsiz Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla gerçekçi tehditleri algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; çalışan Alman turistler, işsiz Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Emekli Alman turistler ise; sembolik tehditleri işsiz Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; çalışan Alman turistler, emekli Alman turistlere ve işsiz Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ev hanımı Alman turistler ise; çalışan Alman turistlere göre olumsuz yargıları anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,022$).
- Gruplararası kaygıyı; öğrenci Alman turistler, çalışan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,008$).
- Gruplararası önyargıyı; çalışan Alman turistler, işsiz Alman turistlere oranla anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,017$). Ayrıca öğrenci Alman turistler de, işsiz Alman turistlere göre gruplararası önyargıyı anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,021$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; çalışan Alman turistler, işsiz Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ayrıca emekli Alman turistler de, işsiz Alman turistlere göre bütünleşik tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). Bu durumda H11 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin meslek grupları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; çalışan Rus turistler, işsiz Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Emekli Rus turistler ise; gerçekçi tehditleri işsiz Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,026$). Ayrıca öğrenci Rus turistler de; gerçekçi tehditleri işsiz Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; çalışan Rus turistler, işsiz Rus turistlere ve öğrenci Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Emekli Rus turistler ise işsiz Rus turistlere göre sembolik tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; mesleğini diğer seçeneğini kullanarak belirten Rus turistler, çalışan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,047$). Emekli Rus turistler ise işsiz Rus turistlere göre ve öğrenci Rus turistlere göre olumsuz yargıları anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; çalışan Rus turistler, işsiz Rus turistlere ve öğrenci Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,014$). Ayrıca ev hanımı Rus turistler ise; çalışan Rus turistlere göre gruplararası kaygıyı daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; çalışan Rus turistler, işsiz Rus turistlere ve emekli Rus turistlere oranla anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Öğrenci Rus turistler ise, emekli Rus turistlere göre gruplararası önyargıyı anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,032$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; çalışan Rus turistler, işsiz Rus turistlere ($p<0,001$) ve öğrenci Rus turistlere göre ($p=0,001$) anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar. Emekli Rus turistler ise, çalışan Rus turistlere ($p<0,001$) ve öğrenci Rus turistlere ($p=0,018$) göre bütünleşik tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar. Ev hanımı Rus turistler ise işsiz Rus turistlere göre bütünleşik tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H11 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, hem Alman hem de Rus turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünleşik tehditler ile meslek grupları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H11 kabul edilmiştir.

Gelir grupları ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve gelir gruplarına ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Gelir değişkenine ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 34'te yer almaktadır.

Tablo 34. Gelir Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

GELİR		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	Çok düşük	17	15-32	<0,001	24	17-32	0,123
	Düşük	21	12-30		23	10-32	
	Orta	25	15-35		22	10-40	
	Yüksek	23	12-41		24	10-41	
	Çok yüksek	28	12-41		22	17-33	
Sembolik Tehditler	Çok düşük	23	19-31	<0,001	24,5	14-30	0,045
	Düşük	18	14-34		20	10-30	
	Orta	26	13-39		22	10-41	
	Yüksek	25,5	13-34		22	11-40	
	Çok yüksek	26	14-29		24	14-34	
Olumsuz Yargılar	Çok düşük	17	17-31	<0,001	14	10-15	0,001
	Düşük	21	16-35		21	14-31	
	Orta	25	16-31		19	10-40	
	Yüksek	23	16-35		14	10-40	
	Çok yüksek	17	16-31		15	10-27	
Gruplararası Kaygı	Çok düşük	16	16-36	<0,001	14	10-24	0,015
	Düşük	21	19-32		20	10-29	
	Orta	23	10-36		10	10-40	
	Yüksek	24	14-36		10	10-40	
	Çok yüksek	17,5	10-31		11	10-28	
Gruplararası Önyargı	Çok düşük	11	9-17	<0,001	14	5-16	<0,001
	Düşük	11	8-15		7	5-16	
	Orta	12	9-18		11	5-20	
	Yüksek	14	11-18		13	5-21	
	Çok yüksek	12	11-19		10	5-21	
Bütünleşik Tehditler	Çok düşük	73	73-130	<0,001	77	51-92	0,644
	Düşük	79	63-115		83	44-120	
	Orta	98	74-130		79	40-160	
	Yüksek	97	63-130		79	42-160	
	Çok yüksek	98	63-112		72	51-117	

Tablo 34'te yer alan bulgulara göre; H12'nin sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H12: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin gelir seviyeleri ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p < 0,001$). Bu durumda, gruplar

arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; düşük gelir seviyesine sahip Alman turistler, çok düşük gelir seviyesine sahip Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$). Orta seviye gelir düzeyine sahip Alman turistler ise, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak gerçekçi tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,002$). Yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler; gerçekçi tehditleri, çok düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Çok yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler ise; çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre gerçekçi tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Çok yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler de; gerçekçi tehditleri orta seviye gelir düzeyindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; orta seviye gelir düzeyine sahip Alman turistler, çok düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,007$; $p<0,001$). Yüksek gelir seviyesindeki Alman turistler ise, düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre sembolik tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). Çok yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler de, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; düşük gelir seviyesindeki Alman turistler, çok düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Orta seviye gelir düzeyine sahip Alman turistler; olumsuz yargıları, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,001$). Yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler de yine; olumsuz yargıları, çok düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; düşük gelir seviyesindeki Alman turistler çok düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Orta seviye gelir düzeyine sahip Alman turistler ise; çok düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler, çok düşük ve düşük gelir

seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak gruplararası kaygıyı daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,016$).

- Gruplararası önyargıyı; orta seviye gelir düzeyine sahip Alman turistler, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre gruplararası önyargıyı anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Çok yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler de, gruplararası önyargıyı, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; düşük gelir seviyesine sahip Alman turistler, çok düşük gelir seviyesine sahip Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Orta seviye gelir düzeyine sahip Alman turistler ise, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak bütünlük tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler; bütünlük tehditleri, çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,028$). Çok yüksek gelir düzeyine sahip Alman turistler ise; çok düşük ve düşük gelir seviyesindeki Alman turistlere göre bütünlük tehditleri anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H12 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin gelir grupları ile sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve gruplararası önyargıyı algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,045$; $p=0,001$; $p=0,015$; $p<0,001$). Oysa gerçekçi tehditleri ve bütünlük tehditleri algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,123$; $p=0,644$). Bu durumda H12 Rus turistler için reddedilmiştir.

Genel olarak, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditleri ile gelir grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunurken, Rus turistler açısından toplam ölçek puanı bakımından gelir grupları ile anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir. Bu durumda H12 kısmen kabul edilmiştir.

Tatile katılma grupları ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve tatile katılmaya ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Tatile katılma değişkenine ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 35'te yer almaktadır.

Tablo 35. Tatile Katılma Değişkenine İlişkin Hipotez Testi

TATİLE KATILMA		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	Bireysel	32	25-32	<0,001	25	10-41	0,002
	Arkadaş	20	17-30		22	12-40	
	Aile	26	13-41		18	10-40	
	Partner	21	12-29		22	17-40	
	Diğer	-	-		16,5	16-27	
Sembolik Tehditler	Bireysel	26	24-31	<0,001	24	10-41	<0,001
	Arkadaş	26	13-29		20	13-41	
	Aile	25	15-39		18,5	10-40	
	Partner	17	14-32		24	14-40	
	Diğer	-	-		14	14-29	
Olumsuz Yargılar	Bireysel	25	24-31	<0,001	21	10-31	<0,001
	Arkadaş	26	16-33		20	10-40	
	Aile	23	17-35		10	10-40	
	Partner	18	16-31		15	10-40	
	Diğer	-	-		12	10-25	
Gruplararası Kaygı	Bireysel	35	27-36	<0,001	11	10-33	<0,001
	Arkadaş	21	16-32		17	10-40	
	Aile	21	10-27		10	10-40	
	Partner	21	10-25		11	10-40	
	Diğer	-	-		10	10-15	
Gruplararası Önyargı	Bireysel	13	11-17	0,001	13	5-19	0,005
	Arkadaş	12	8-19		12	5-20	
	Aile	12	9-18		11	5-21	
	Partner	12	11-15		10	6-20	
	Diğer	-	-		7	7-16	
Bütünleşik Tehditler	Bireysel	110	108-130	<0,001	82	42-123	<0,001
	Arkadaş	98	73-115		82	46-160	
	Aile	97	72-114		62,5	40-160	
	Partner	75	63-104		79	51-160	
	Diğer	-	-		52,5	50-93	

Tablo 35'te yer alan bulgulara göre; H13'ün sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H13: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, tatile katılma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin tatile katılma durumları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p=0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; tatile bireysel olarak gelen Alman turistler, tatile arkadaşıyla partneriyle ve ailesiyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,004$). Tatile ailesiyle gelen Alman turistler ise; gerçekçi tehditleri, tatile arkadaşıyla ve partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; tatile bireysel olarak gelen Alman turistler, tatile arkadaşıyla, ailesiyle ve partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$). Tatile arkadaşıyla gelen Alman turistler, sembolik tehditleri tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Tatile ailesiyle gelen Alman turistler ise, tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak sembolik tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; tatile bireysel olarak gelen Alman turistler, tatile ailesiyle ve partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Tatile arkadaşıyla gelen Alman turistler; olumsuz yargıları tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Tatile ailesiyle gelen Alman turistler; olumsuz yargıları tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; tatile bireysel olarak gelen Alman turistler, tatile arkadaşıyla, ailesiyle ve partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Tatile arkadaşıyla gelen Alman turistler ise; gruplararası kaygıyı, tatile ailesiyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).

- Gruplararası önyargıyı; tatile bireysel olarak gelen Alman turistler tatile ailesiyle ve partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,026$; $p<0,001$). Tatile arkadaşıyla gelen Alman turistler ise, gruplararası önyargıyı tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,021$). Ayrıca, tatile ailesiyle gelen Alman turistler de, gruplararası önyargıyı tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,005$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile tatile katılma durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; tatile bireysel olarak gelen Alman turistler, tatile arkadaşıyla partneriyle ve ailesiyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ayrıca, tatile arkadaşıyla gelen Alman turistler ise; bütünlük tehditleri, tatile partneriyle gelen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H13 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin tatile katılma durumları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünlük tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,002$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,005$; $p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; tatile bireysel olarak gelen Rus turistler, tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,016$). Tatile partneriyle gelen Rus turistler ise; gerçekçi tehditleri, tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,042$).
- Sembolik tehditleri; tatile bireysel olarak gelen Rus turistler, tatile arkadaşıyla, Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,006$). Tatile partneriyle gelen Rus turistler, sembolik tehditleri tatile arkadaşıyla ve ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; tatile bireysel olarak gelen Rus turistler, tatile ailesiyle ve arkadaşıyla gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar

($p < 0,001$). Tatile arkadaşıyla gelen Rus turistler; olumsuz yargıları tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p < 0,001$).

- Gruplararası kaygıyı; tatile arkadaşıyla gelen Rus turistler, tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p < 0,001$). Tatile partneriyle gelen Rus turistler de, tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre gruplararası kaygıyı anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p = 0,042$).
- Gruplararası önyargıyı; tatile bireysel olarak gelen Rus turistler tatile ailesiyle ve arkadaşıyla gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p = 0,002$; $p = 0,021$). Tatile arkadaşıyla gelen Rus turistler ise, gruplararası önyargıyı, tatile birlikte gelme durumunu diğer olarak belirten Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p = 0,019$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile tatile katılma durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; tatile bireysel olarak gelen Rus turistler, tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p = 0,001$). Yine, tatile arkadaşıyla gelen Rus turistler de; bütünleşik tehditleri, tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p = 0,019$). Ayrıca tatile partneriyle gelen Rus turistler de, bütünleşik tehditleri tatile ailesiyle gelen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p = 0,026$). Bu durumda H13 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, hem Alman hem de Rus turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünleşik tehditler ile tatile birlikte gelme grupları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H13 kabul edilmiştir.

Antalya'da turistlerin konaklama süresi ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve Antalya'da konaklama süresine ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Antalya'da konaklama süresine ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 36'da yer almaktadır.

Tablo 36. Antalya’da Konaklama Süresine İlişkin Hipotez Testi

ANTALYA’DA KONAKLAMA SÜRESİ		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>	Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>
Gerçekçi Tehditler	1 – 3 gün	24	13-32	0,816	18	11-41	<0,001
	4 – 6 gün	25	12-41		22	10-40	
	7 – 9 gün	26	16-35		17	13-35	
	10 günden fazla	23	23-23		25	10-34	
Sembolik Tehditler	1 – 3 gün	26	15-29	0,418	17	14-40	<0,001
	4 – 6 gün	25	13-31		24	10-41	
	7 – 9 gün	22	17-39		20	13-37	
	10 günden fazla	26	26-26		24	11-41	
Olumsuz Yargılar	1 – 3 gün	26	17-33	<0,001	10,5	10-40	0,034
	4 – 6 gün	21	16-31		15	10-40	
	7 – 9 gün	25	18-35		14	10-35	
	10 günden fazla	23	23-23		21	10-25	
Gruplararası Kaygı	1 – 3 gün	21	20-32	<0,001	10	10-40	<0,001
	4 – 6 gün	21	14-36		11	10-40	
	7 – 9 gün	24	10-24		13	10-34	
	10 günden fazla	25	25-25		10	10-22	
Gruplararası Önyargı	1 – 3 gün	12	8-19	<0,001	11	6-21	<0,001
	4 – 6 gün	12	9-17		11	5-20	
	7 – 9 gün	14	11-18		10	5-21	
	10 günden fazla	14	14-14		16	5-19	
Bütünleşik Tehditler	1 – 3 gün	98	72-115	0,004	57	51-160	0,022
	4 – 6 gün	96	63-130		79	40-160	
	7 – 9 gün	97	75-114		69	46-133	
	10 günden fazla	97	97-97		82	42-101	

Tablo 36’da yer alan bulgulara göre; H14’ün sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H14: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Antalya’da konaklama sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin Antalya’da konaklama süreleri ile olumsuz yargıları gruplararası kaygıyı gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,001$; $p=0,004$). Gerçekçi tehditler ve sembolik tehditler açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=0,816$; $p=0,418$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Olumsuz yargıları; Antalya’da 1-3 gün arasında konaklayan Alman turistler, Antalya’da 4-6 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha

fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ayrıca, Antalya'da 7-9 gün arasında konaklayan Alman turistler ise, olumsuz yargıları Antalya'da 4-6 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

- Gruplararası kaygı; Antalya'da 1-3 gün arasında konaklayan Alman turistler, Antalya'da 4-6 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Ayrıca, Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Alman turistler de, gruplararası kaygı, Antalya'da 4-6 gün ve 7-9 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,005$; $p<0,001$).
- Gruplararası önyargı; Antalya'da 1-3 gün arasında konaklayan Alman turistler, Antalya'da 4-6 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Alman turistler; gruplararası önyargı, Antalya'da 1-3 gün ve 4-6 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,028$; $p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile Antalya'da konaklama süreleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,004$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; Antalya'da 1-3 gün arasında konaklayan Alman turistler, Antalya'da 4-6 gün arasında konaklayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H14 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin Antalya'da konaklama süreleri ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygı, gruplararası önyargı ve bütünlük tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,034$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,022$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; Antalya'da 1-3 gün arasında konaklayan Rus turistler, Antalya'da 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,003$). Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Rus turistler ise; Antalya'da 1-3 gün ve 7-9 gün arasında konaklayan

Rus turistlere göre anlamlı olarak gerçekçi tehditleri daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,004$; $p=0,001$).

- Sembolik tehditleri; Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Rus turistler, Antalya'da 1-3 gün ve 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları ise; Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Rus turistler, Antalya'da 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,003$).
- Gruplararası kaygıyı; Antalya'da 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistler, Antalya'da 1-3 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; Antalya'da 1-3 gün arasında konaklayan Rus turistler, Antalya'da 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,008$). Yine gruplararası önyargıyı, Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Rus turistler, Antalya'da 1-3 gün, 4-6 gün ve 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünselik tehditler ile Antalya'da konaklama süreleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,022$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünselik tehditleri; Antalya'da 10 gün ve üzerinde konaklama gerçekleştiren Rus turistler, Antalya'da 7-9 gün arasında konaklayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,034$). Bu durumda H14 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, hem Alman hem de Rus turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünselik tehditler ile Antalya'da konaklama süreleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H14 kabul edilmiştir.

Turistlerin uluslararası seyahat deneyimleri ile bütünselik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve turistlerin uluslararası seyahat deneyimlerine ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile

karşılaştırılmıştır. Turistlerin uluslararası seyahat deneyimlerine ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 37'de yer almaktadır.

Tablo 37. Uluslararası Seyahat Deneyimine İlişkin Hipotez Testi

ULUSLARARASI SEYAHAT DENEYİMİ		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>	Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>
Gerçekçi Tehditler	Hayır	-	-	<0,001	26	10-35	<0,001
	1 kez	27	20-31		26	10-40	
	2 kez	23	13-32		25	10-40	
	3 kez	26	12-41		30	12-41	
	4 kez	21	12-32		21	16-34	
	5 ve üzeri	28	12-35		18	10-32	
Sembolik Tehditler	Hayır	-	-	<0,001	22	10-34	<0,001
	1 kez	26	16-31		26	10-41	
	2 kez	25	13-31		24	14-40	
	3 kez	26	13-31		25	13-40	
	4 kez	17	13-34		24	17-35	
	5 ve üzeri	23	13-39		20	11-41	
Olumsuz Yargılar	Hayır	-	-	<0,001	20	14-31	<0,001
	1 kez	28	18-31		22	10-40	
	2 kez	24	16-31		21	10-40	
	3 kez	17	16-33		20,5	10-40	
	4 kez	21	16-35		10	10-28	
	5 ve üzeri	25	16-31		11	10-35	
Gruplararası Kaygı	Hayır	-	-	<0,001	20	10-33	<0,001
	1 kez	31	20-31		11	10-40	
	2 kez	21	10-35		11	10-40	
	3 kez	21	10-36		21	10-40	
	4 kez	23	10-27		10	10-28	
	5 ve üzeri	23	10-36		10	10-34	
Gruplararası Önyargı	Hayır	-	-	<0,001	11	5-19	<0,001
	1 kez	19	8-19		12	5-21	
	2 kez	12	10-18		13	7-20	
	3 kez	12	9-17		11	5-21	
	4 kez	12	11-15		10	5-15	
	5 ve üzeri	14	11-18		11	5-20	
Bütünleşik Tehditler	Hayır	-	-	<0,001	94	44-120	<0,001
	1 kez	112	75-113		86	40-160	
	2 kez	97,5	72-113		79	51-160	
	3 kez	98	63-130		93	60-160	
	4 kez	76	63-113		79	54-117	
	5 ve üzeri	97	63-130		64	42-133	

Tablo 37'de yer alan bulgulara göre; H15'in sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H15: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, uluslararası seyahat deneyimlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin uluslararası seyahat deneyimleri ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; 1 kez, 2 kez ve 3 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, 4 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; 2 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler; 4 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; 1 kez ve 2 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, 3 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, 2 kez, 3 kez ve 4 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Yine, 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler; gruplararası kaygıyı 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, 2 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,004$). Yine 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, gruplararası önyargıyı 3 kez ve 4 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Benzer şekilde, 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, gruplararası önyargıyı 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre de anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,017$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile uluslararası seyahat deneyimleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistler, 2 kez, 3 kez ve 4 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H15 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin uluslararası seyahat deneyimleri ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünlük tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; daha önceden hiç uluslararası seyahat deneyimi olmayan Rus turistler, 4 kez ve 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,004$; $p=0,001$). 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistler, gruplararası önyargıyı 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre de anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,028$).
- Sembolik tehditleri; 2 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistler; 3 kez ve 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$; $p=0,004$).
- Olumsuz yargıları; daha önceden hiç uluslararası seyahat deneyimi olmayan Rus turistler, 4 kez ve 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistler, 4 kez ve 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre olumsuz yargıları anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; daha önceden hiç uluslararası seyahat deneyimi olmayan Rus turistler, 1 kez, 2 kez ve 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,028$; $p<0,001$; $p<0,001$).

- Gruplararası önyargıyı; daha önceden hiç uluslararası seyahat deneyimi olmayan Rus turistler, 4 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,034$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile uluslararası seyahat deneyimleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; daha önceden hiç uluslararası seyahat deneyimi olmayan Rus turistler; 2 kez, 4 kez, 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$; $p=0,001$; $p=0,001$). Yine bütünlük tehditleri, 1 kez uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistler, 5 kez ve daha fazla uluslararası seyahat deneyimi olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,013$). Bu durumda H15 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, hem Alman hem de Rus turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditleri ile uluslararası seyahat deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H15 kabul edilmiştir.

Turistlerin Antalya'da bulunma süreleri ile bütünlük tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve turistlerin Antalya'da bulunma sürelerine ilişkin hipotezi test etmek amacı ile Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için de, gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Turistlerin Antalya'da bulunma sürelerine ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 38'de yer almaktadır.

Tablo 38. Antalya’da Bulunma Sürelerine İlişkin Hipotez Testi

ANTALYA’DA BULUNMA SÜRESİ		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	Hayır	21	12-35	<0,001	23	10-35	<0,001
	1 kez	29	12-41		26	10-40	
	2 kez	20	12-32		22	16-40	
	3 kez	21	15-32		24	10-41	
	4 kez	12	12-12		25	11-34	
	5 ve üzeri	35	19-35		18	10-34	
Sembolik Tehditler	Hayır	18	14-39	<0,001	24	10-34	<0,001
	1 kez	26	13-39		24	15-41	
	2 kez	25	13-27		23	13-40	
	3 kez	22	17-34		28	10-35	
	4 kez	14	14-14		24	17-28	
	5 ve üzeri	39	13-39		17	11-41	
Olumsuz Yargılar	Hayır	19	16-30	<0,001	21	10-32	<0,001
	1 kez	25	16-33		21,5	10-40	
	2 kez	21	16-27		17	10-40	
	3 kez	24	17-35		10	10-35	
	4 kez	16	16-16		14	10-22	
	5 ve üzeri	30	21-31		10	10-38	
Gruplararası Kaygı	Hayır	21	10-35	<0,001	15	10-33	<0,001
	1 kez	21	10-36		12	10-40	
	2 kez	25	16-27		16	10-40	
	3 kez	24	16-36		10	10-36	
	4 kez	21	21-21		19	10-24	
	5 ve üzeri	10	10-23		10	10-29	
Gruplararası Önyargı	Hayır	11	10-19	<0,001	11	5-19	<0,001
	1 kez	12	8-19		13	7-21	
	2 kez	13	11-18		11	5-20	
	3 kez	14	9-17		14	5-20	
	4 kez	11	11-11		15	5-17	
	5 ve üzeri	18	12-18		11	5-16	
Bütünleşik Tehditler	Hayır	79	63-114	<0,001	83	44-104	<0,001
	1 kez	104	63-130		86	54-160	
	2 kez	77	63-110		82	51-160	
	3 kez	96	73-130		79	40-133	
	4 kez	63	63-63		70	57-101	
	5 ve üzeri	114	76-114		55	42-126	

Tablo 38’de yer alan bulgulara göre; H16’nın sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H16: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, daha önceden Antalya’da bulunma sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin daha önceden Antalya'da bulunma süreleri ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; 1 kez Antalya'da bulunan Alman turistler; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Alman turistler; gerçekçi tehditleri daha önceden Antalya'da 2 kez ve 4 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 5 kez ve daha fazla sürede Antalya'da bulunan Alman turistler; gerçekçi tehditleri daha önceden Antalya'da 1 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Sembolik tehditleri; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Alman turistler, daha önceden Antalya'da 4 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). 2 kez Antalya'da bulunan Alman turistler; sembolik tehditleri daha önceden Antalya'da 3 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,003$).
- Olumsuz yargıları; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Alman turistler, daha önceden Antalya'da 3 kez ile 5 kez ve daha fazla sürede bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Alman turistler; daha önceden Antalya'da 1 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 2 kez Antalya'da bulunan Alman turistler; gruplararası kaygıyı daha önceden Antalya'da 4 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; daha önceden 2 kez ve 3 kez Antalya'da bulunan Alman turistler; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 1 kez Antalya'da bulunan Alman turistler; gruplararası önyargıyı daha önceden Antalya'da 4 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile daha önceden Antalya'da bulunma süreleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; daha önceden Antalya'da hiç bulmayan Alman turistler, daha önceden Antalya'da 2 kez ve 4 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). 5 kez ve daha fazla sürede Antalya'da bulunan Alman turistler; bütünleşik tehditleri daha önceden Antalya'da 1 kez ve 2 kez bulunan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$; $p<0,001$). Bu durumda H16 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin daha önceden Antalya'da bulunma süreleri ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; 3 kez Antalya'da bulunan Rus turistler; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,021$). Daha önceden Antalya'da hiç bulmayan Rus turistler; gerçekçi tehditleri daha önceden Antalya'da 2 kez ile 5 kez ve daha fazla sürede Antalya'da bulunan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; daha önceden Antalya'da hiç bulmayan Rus turistler, daha önceden Antalya'da 2 kez bulunan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$). 3 kez Antalya'da bulunan Rus turistler; sembolik tehditleri daha önceden Antalya'da 5 kez bulunan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Olumsuz yargıları; daha önceden Antalya'da hiç bulmayan Rus turistler, daha önceden Antalya'da 5 kez ve daha fazla sürede bulunan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; daha önceden 2 kez Antalya'da bulunan Rus turistler; daha önceden Antalya'da 4 kez bulunan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; daha önceden 1 kez Antalya'da bulunan Rus turistler; daha önceden Antalya'da hiç bulunmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,022$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünlük tehditleri ile daha önceden Antalya'da bulunma süreleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünlük tehditleri; daha önceden 1 kez Antalya'da bulunan Rus turistler, daha önceden Antalya'da 4 kez bulunan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p < 0,001$). Bu durumda H16 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünlük tehditleri ile daha önceden Antalya'da bulunma süreleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H16 kabul edilmiştir.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında, araştırmanın alt hipotezlerinin sınanmasına ilişkin yapılan testlerden Mann-Whitney U Testi sonuçlarına yer verilmektedir.

4.16. Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Mann-Whitney U Testi, birbirinden bağımsız iki grubun veya örneklemin bağımlı bir değişkene ilişkin ölçümlerinin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Mann-Whitney U Testi, parametrik testlerin kullanımına ilişkin şartların sağlanmaması durumunda bağımsız örneklem için t testi yerine kullanılmaktadır (Bayram, 2009: 116; Ural ve Kılıç, 2013: 265). Başka bir anlatımla, bu test, iki ilişkisiz grubun, ilgilenilen değişken bakımından evrende benzer dağılımlara sahip olup olmadığını test etmektedir (Büyüköztürk, 2011: 155; Yurtseven vd, 2013: 60). İki değişkene sahip olan sorulara ilişkin hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılan Mann-Whitney U Testi sonuçları, öncelikle çocuk sahibi olma durumuna ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren Tablo 39'da yer almaktadır.

Tablo 39. Çocuk Sahibi Olma Durumuna İlişkin Hipotez Testi

ÇOCUK SAHİBİ OLMA DURUMU		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>	Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>
Gerçekçi Tehditler	Yok	26	12-41	0,460	22	10-41	0,002
	Var	25	13-41		23	10-37	
Sembolik Tehditler	Yok	26	14-39	<0,001	20	10-40	<0,001
	Var	23	13-34		24	10-41	
Olumsuz Yargılar	Yok	25	16-33	0,008	15	10-40	0,036
	Var	23	17-35		17	10-38	
Gruplararası Kaygı	Yok	21	10-36	0,008	11	10-40	0,499
	Var	24	14-36		11	10-36	
Gruplararası Önyargı	Yok	12	8-19	0,468	11	5-20	0,018
	Var	12	9-17		11	5-21	
Bütünleşik Tehditler	Yok	98,5	63-130	0,001	72	42-160	<0,001
	Var	97	72-130		82	40-133	

Tablo 39'da yer alan bulgulara göre; H10'un sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H10: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin çocuk sahibi olup olmama durumları ile sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p=0,008$; $p=0,008$; $p=0,001$). Gerçekçi tehditler ve gruplararası önyargı faktörleri arasında ise anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,460$; $p=0,468$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Sembolik tehditleri; çocuk sahibi olmayan Alman turistler; çocuk sahibi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; çocuk sahibi olmayan Alman turistler; çocuk sahibi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,008$).

- Gruplararası kaygıyı; çocuk sahibi olan Alman turistler, çocuk sahibi olmayan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,008$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile çocuk sahibi olup olmama durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; çocuk sahibi olmayan Alman turistler; çocuk sahibi olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$). Bu durumda H10 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin çocuk sahibi olup olmama durumları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,002$; $p<0,001$; $p=0,036$; $p=0,018$; $p<0,001$). Gruplararası kaygı faktörü ile anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,499$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; çocuk sahibi olan Rus turistler; çocuk sahibi olmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,002$).
- Sembolik tehditleri; çocuk sahibi olan Rus turistler; çocuk sahibi olmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; çocuk sahibi olan Rus turistler; çocuk sahibi olmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,036$).
- Gruplararası önyargıyı; çocuk sahibi olan Rus turistler; çocuk sahibi olmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,018$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile çocuk sahibi olup olmama durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; çocuk sahibi olan Rus turistler; çocuk sahibi olmayan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H10 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünleşik tehditler ile çocuk sahibi olup olmama durumları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H10 kabul edilmiştir.

Turistlerin birbirleri ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumları ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve ilgili hipotezi test etmek amacı ile gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Turistlerin birbirleri ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumlarına ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 40'ta yer almaktadır.

Tablo 40. İletişim Kurma Durumuna İlişkin Hipotez Testi

İLETİŞİM KURMA		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	p	Medyan	Min.-Mak.	p
Gerçekçi Tehditler	Evet	21	15-35	<0,001	25	15-40	0,023
	Hayır	29	12-41		22	10-41	
Sembolik Tehditler	Evet	22	13-39	<0,001	23	14-41	0,241
	Hayır	26	14-34		22	10-41	
Olumsuz Yargılar	Evet	21	16-33	<0,001	20	10-40	0,005
	Hayır	28	16-35		15	10-40	
Gruplararası Kaygı	Evet	22	10-32	0,012	18	10-40	<0,001
	Hayır	21	10-36		10	10-40	
Gruplararası Önyargı	Evet	12	8-18	0,009	8	5-20	<0,001
	Hayır	12	11-19		12	5-21	
Bütünleşik Tehditler	Evet	79	73-115	<0,001	87	54-160	0,001
	Hayır	110	63-130		79	40-160	

Tablo 40'ta yer alan bulgulara göre; H17'nin sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H17: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Alman/Rus turistler ile iletişim kurma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumları ile gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,012$; $p=0,009$; $p<0,001$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Alman turistler; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Alman turistler; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Alman turistler; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Alman turistler; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,012$).
- Gruplararası önyargıyı; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Alman turistler; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,009$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Grup ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Alman turistler; Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H17 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmeme durumları ile gerçekçi tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,023$;

$p=0,005$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,001$). Sembolik tehditler ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmemeye durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,241$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Rus turistler, Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,023$).
- Olumsuz yargıları; Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Rus turistler, Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,005$).
- Gruplararası kaygıyı; Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Rus turistler, Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Rus turistler, Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinip çekinmemeye durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,001$). Grup ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinen Rus turistler; Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmeyen Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$). Bu durumda H17 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak, turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları bütünleşik tehditler ile birbirleriyle iletişim kurup kurmama durumları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H17 kabul edilmiştir.

Turistlerin daha önceden Alman ya da Rus birini tanıma durumları ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve ilgili hipotezi test etmek amacı ile gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Turistlerin daha önceden Alman ya da Rus

birini tanıma durumlarına ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 41’de yer almaktadır.

Tablo 41. Daha Önceden Alman/Rus Tanıdık Olma Durumuna İlişkin Hipotez Testi

DAHA ÖNCEDEN TANIDIK OLMA		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>	Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>
Gerçekçi Tehditler	Evet	25	12-41	0,729	21	10-41	0,100
	Hayır	25	13-32		22,5	10-40	
Sembolik Tehditler	Evet	25	14-39	0,302	21	10-41	0,274
	Hayır	26	13-31		23	10-41	
Olumsuz Yargılar	Evet	18	16-35	0,001	14	10-40	<0,001
	Hayır	24	17-31		20	10-40	
Gruplararası Kaygı	Evet	21	10-32	<0,001	10	10-40	<0,001
	Hayır	25	16-36		14	10-40	
Gruplararası Önyargı	Evet	12	8-18	<0,001	11	5-21	<0,001
	Hayır	13	10-19		13	5-20	
Bütünleşik Tehditler	Evet	97	63-115	<0,001	72	42-160	<0,001
	Hayır	98	72-130		82	40-160	

Tablo 41’de yer alan bulgulara göre; H18’in sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H18: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, daha önceden Alman/Rus birini tanıma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin daha önceden Rus birini tanıma durumları ile olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,001$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p<0,001$). Alman turistlerin daha önceden Rus birini tanıma durumları ile gerçekçi tehditler ve sembolik tehditler arasındaki farklar anlamlı bulunmamıştır ($p=0,729$; $p=0,320$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Olumsuz yargıları; daha önceden Rus tanıdığı olmayan Alman turistler, Rus tanıdığı olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; daha önceden Rus tanıdığı olmayan Alman turistler, Rus tanıdığı olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; daha önceden Rus tanıdığı olmayan Alman turistler, Rus tanıdığı olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile daha önceden Rus birini tanıyıp tanımama durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Grup ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; daha önceden Rus tanıdığı olmayan Alman turistler, Rus tanıdığı olan Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H18 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin daha önceden Alman birini tanıma durumları ile olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Rus turistlerin daha önceden Alman birini tanıma durumları ile gerçekçi tehditler ve sembolik tehditler arasındaki farklar anlamlı bulunmamıştır ($p=0,100$; $p=0,274$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Olumsuz yargıları; daha önceden Alman tanıdığı olmayan Rus turistler, Alman tanıdığı olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; daha önceden Alman tanıdığı olmayan Rus turistler, Alman tanıdığı olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; daha önceden Alman tanıdığı olmayan Rus turistler, Alman tanıdığı olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile daha önceden Alman birini tanıyıp tanımama durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Grup ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; daha önceden Alman tanıdığı olmayan Rus turistler, Alman tanıdığı olan Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H18 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak turistlerin algıladıkları bütünleşik tehditler ile daha önceden Alman ya da Rus birini tanıma durumları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H18 kabul edilmiştir.

Turistlerin, Almanların ya da Rusların birbirlerine benzer tutum sergilediklerini düşünüp düşünmeme durumları ile bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına ve gruplararası önyargıya ilişkin ölçümlerin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve ilgili hipotezi test etmek amacı ile gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Turistlerin Almanların ya da Rusların birbirlerine benzer tutum sergilediklerini düşünüp düşünmeme durumlarına ilişkin hipotezin test edilmesine ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 42'de yer almaktadır.

Tablo 42. Almanların/Rusların Birbirlerine Benzer Tutum Sergileme Durumlarına İlişkin Hipotez Testi

BENZER TUTUM SERGİLEME		ALMAN			RUS		
		Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>	Medyan	Min.-Mak.	<i>p</i>
Gerçekçi Tehditler	Evet	20	15-35	0,001	25	10-41	<0,001
	Hayır	26	12-41		21	10-40	
Sembolik Tehditler	Evet	25	16-39	0,437	22	11-35	0,111
	Hayır	26	13-32		22,5	10-41	
Olumsuz Yargılar	Evet	18	16-35	0,001	20	10-38	<0,001
	Hayır	24	16-33		14	10-40	
Gruplararası Kaygı	Evet	19	10-24	<0,001	19	10-36	<0,001
	Hayır	24	10-36		10	10-40	
Gruplararası Önyargı	Evet	11	8-18	<0,001	11	5-21	0,087
	Hayır	12	10-19		11	5-21	
Bütünleşik Tehditler	Evet	77	74-114	0,007	82	42-133	<0,001
	Hayır	98	63-130		75,5	40-160	

Tablo 42'de yer alan bulgulara göre; H19'un sınanmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekilde sıralanabilmektedir:

H19: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Alman/Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Alman turistlerin, Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları ile gerçekçi tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı, gruplararası önyargıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,001$; $p=0,001$; $p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,007$). Alman turistlerin sembolik tehditleri algılamaları ile Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,437$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistler, Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Olumsuz yargıları; Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistler, Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistler, Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistler, Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Alman turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler ile Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,007$). Grup ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünleşik tehditleri; Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistler, Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p=0,007$). Bu durumda H19 Alman turistler için kabul edilmiştir.

Rus turistlerin, Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları ile gerçekçi tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve bütünleşik tehditleri algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,001$). Rus turistlerin sembolik tehditleri ve gruplararası önyargıyı algılamaları ile Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları arasındaki farklar anlamlı bulunmamıştır ($p=0,111$; $p=0,087$). Bu durumda, gruplar arasındaki istatistiksel farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar, ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Yapılan test sonucunda;

- Gerçekçi tehditleri; Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Rus turistler, Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Rus turistler, Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Rus turistler, Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

Toplam ölçek puanı bakımından ise, Rus turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünsel tehditler ile Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,001$). Grup ikili olarak karşılaştırıldığında;

- Bütünsel tehditleri; Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilediğini düşünen Rus turistler, Alman turistlerin birbirlerine benzer tutum sergilemediğini düşünen Alman turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$). Bu durumda H19 Rus turistler için kabul edilmiştir.

Genel olarak turistlerin algıladıkları bütünsel tehditler ile Almanların ya da Rusların birbirlerine benzer tutum sergileyip sergilemediklerini düşünme durumları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda H19 kabul edilmiştir.

Yapılan hipotez testleri sonucunda; araştırmaya ait tüm hipotezlerin milliyetlere göre kabul ve ret durumu aşağıdaki Tablo 43'te yer almaktadır.

Tablo 43. Hipotez Sonuçları Tablosu

HİPOTEZLER	SONUÇ		
	ALMAN	RUS	GENEL
H1: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları gerçekçi tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.	Kabul	Kabul	KABUL
H2: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları sembolik tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.	Kabul	Kabul	KABUL
H3: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları olumsuz yargılar, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.	Kabul	Kabul	KABUL
H4: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları gruplararası kaygı, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.	Kabul	Kabul	KABUL
H5: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, dış gruba karşı önyargılı davranmalarına neden olmaktadır.	Kabul	Kabul	KABUL
H6: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Ret	Kabul	KISMEN
H7: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H8: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H9: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Ret	Kabul	KISMEN
H10: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H11: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H12: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Ret	KISMEN
H13: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, tatile katılma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H14: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Antalya'da konaklama sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H15: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, uluslararası seyahat deneyimlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H16: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, daha önceden Antalya'da bulunma sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H17: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Alman/Rus turistler ile iletişim kurma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H18: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, daha önceden Alman/Rus birini tanıma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL
H19: Turistlerin konaklamaları boyunca algıladıkları bütünleşik tehditler, Alman/Rus turistlerin birbirlerine benzer tutum sergileme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Kabul	Kabul	KABUL

Son olarak turistlerin, bütünleşik tehdit teorisi alt boyutlarına, gruplararası önyargıya ve bütünleşik tehditlere ilişkin ölçümleri karşılaştırılarak grupların dağılımı arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek ve gruplar arasındaki farklılığın kaynağını tespit etmek için gruplar ikili olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Turistlerin "Bütünleşik Tehdit Teorisi" alt ölçek ve toplam ölçek puanlarının karşılaştırılmasına ait bulguları gösteren sonuçlar Tablo 44'te yer almaktadır.

Tablo 44. Turistlerin Bütünleşik Tehdit Teorisi Alt Ölçek ve Toplam Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

TEHDİTLERİN KARŞILAŞTIRILMASI	ALMAN		RUS		<i>p</i>
	Medyan	Min.-Mak.	Medyan	Min.-Mak.	
Gerçekçi Tehditler	25	12-41	22	10-41	<0,001
Sembolik Tehditler	25	13-39	22	10-41	<0,001
Olumsuz Yargılar	24	16-35	15	10-40	<0,001
Gruplarası Kaygı	21	10-36	11	10-40	<0,001
Gruplarası Önyargı	12	8-19	11	5-21	<0,001
Bütünleşik Tehditler	97	63-130	79	40-160	<0,001

Tablo 44'te yer alan bulgulara göre; turistlerin "Bütünleşik Tehdit Teorisi" alt ölçek ve toplam ölçek puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin test sonucundaki bulgular şu şekildedir:

Alman ve Rus turistlerin konaklamaları boyunca algılamış oldukları gerçekçi tehditler, sembolik tehditler, olumsuz yargılar, gruplararası kaygı, gruplararası önyargı ve bütünleşik tehditler arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,001$).

- Gerçekçi tehditleri; Alman turistler Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Sembolik tehditleri; Alman turistler Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Olumsuz yargıları; Alman turistler Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası kaygıyı; Alman turistler Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Gruplararası önyargıyı; Alman turistler Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).
- Bütünleşik tehditleri; Alman turistler Rus turistlere göre anlamlı olarak daha fazla algılamaktadırlar ($p<0,001$).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma Antalya'ya gelen Alman ve Rus turistlerin tatilleri süresince algıladıkları tehditleri tespit ederek birbirlerine karşı önyargılı davranıp davranmadıklarını anlamaya yönelik betimsel (tanımlayıcı) bir çalışmadır. Araştırmanın kuramsal temeli; kültür, kültürel farklılıklar, tutum, kültürlerarası turist tutumları, Alman ve Rus turistlerin kültürel özellikleri, turist-turist ilişkilerine ait teoriler, bütünleşik tehdit teorisi ve önyargı kavramları kapsamında oluşturulmuştur. Kuramsal çalışma doğrultusunda oluşturulan anket ile 871 kişiye ulaşılarak uygulama gerçekleştirilmiş ve gerekli analizler yapılmıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda elde edilen sonuçlar ve geliştirilen öneriler bu kısımda sunulmaktadır.

5.1. Sonuç

Elde edilen verilerden; katılımcıların tatilleri süresince algıladıkları tehdit çeşitleri, bütünleşik tehditler (gerçekçi tehditler, sembolik tehditler, olumsuz yargılar, gruplararası kaygı) kapsamında tespit edilmiş, katılımcıların demografik özellikleri, Antalya'da bulunma süreleri, uluslararası seyahat deneyimleri, birbirleri ile iletişim kurma durumları, daha önceden Alman/Rus tanıdıklarının olma durumları ve Almanların/Rusların birbirlerine benzer tutum sergileme durumları ile ilgili kapsamlı bulgular sağlanmıştır. Ayrıca; Alman ve Rus turistlerin algıladıkları tehditler doğrultusunda önyargılı olup olmama durumları ortaya çıkarılmıştır. Tatillerini Antalya'da geçiren Alman ve Rus turistlerin birbirlerine karşı olan tutumlarını belirlemek üzere gerçekleştirilen araştırmanın bulguları ışığında elde edilen araştırma sonuçları şu şekilde özetlenebilmektedir;

Araştırmaya katılan turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde; hem Alman katılımcıların (%55,4), hem de Rus katılımcıların (%50,3) büyük çoğunluğu kadınlardan oluşmaktadır. Medeni durumları incelendiğinde ise; her iki milliyet katılımcılarının da büyük bir kısmının bekâr olduğu tespit edilmiştir (Alman %48,8 & Rus %57,0). Katılımcıların yaş dağılımlarında ise; Alman katılımcılarda 35-44 yaş arasında (%37,7), Rus katılımcılar da ise; 24 yaş ve altı (%38,0) şeklinde bir yoğunluk olduğu

saptanmıştır. Eğitim durumlarına göre bir sınıflandırma yapıldığında da büyük bir çoğunluğun üniversite mezunu olduğu ortaya çıkmıştır (Alman %51,0 & Rus %42,3). Yine benzer şekilde katılımcıların önemli bir kısmının çocuk sahibi olmadığı belirlenmiştir (Alman %50,5 & Rus %53,8). Meslek gruplarında ise; Alman katılımcılarda işveren (%26,7), Rus katılımcılarda ise; memur/işçi (%24,6) oranının fazla olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar gelir seviyeleri bakımında incelendiğinde ise; genel ortalamanın orta seviyede bir gelir düzeyine sahip olduğu saptanmıştır (Alman %46,3 & Rus %47,7).

Katılımcıların tatile kiminle birlikte geldiklerine, seyahat deneyimlerine ve Antalya'da bulunma sürelerine ilişkin veriler incelendiğinde ise; katılımcıların büyük çoğunluğunun tatile ailesiyle birlikte geldiği (Alman %36,3 & Rus %47,9) ve Antalya'da 4-6 gün arasında bir konaklama süresi geçirdikleri belirlenmiştir (Alman %49,5 & Rus %25,1). Uluslararası seyahat deneyimlerine göre ise katılımcılarda ortak bir çoğunluk tespit edilemezken; Alman katılımcıların 2 defa (%38,7), Rus katılımcıların ise; 5 ve üzerinde bir uluslararası seyahat deneyimleri söz konusu olduğu ortaya çıkmıştır (%44,9). Katılımcıların daha önceden Antalya'da bulunma sürelerine göre de benzer bir sonuç ortaya çıkmaktadır; Alman turistlerin büyük kısmı 1 kez Antalya'da bulunurken (%40,9), Rus turistlerin de büyük bir kısmının 5 ve daha fazla kez Antalya'da buldukları tespit edilmiştir (%35,4).

Katılımcıların birbirleriyle iletişim kurma durumlarına, daha önceden dış grup milliyetten birini tanıma ve benzer tutuma sahip olma durumlarına ilişkin veri sonuçlarında ise; Alman katılımcıların büyük çoğunluğunun Rus turistler ile iletişim kurmaktan çekindiği ortaya çıkmıştır (%57,8). Oysa bu sonuçtan farklı olarak Rus katılımcıların Alman turistler ile iletişim kurmaktan çekinmediği belirlenmiştir (%92,0). Aynı zamanda tüm katılımcıların büyük çoğunluğunun karşılıklı olarak daha önceden Alman/Rus tanıdıkları olduğu saptanmıştır (Alman %50,5 & Rus %62,4). Bu sonuca paralel olarak da katılımcıların, tüm Almanların ya da Rusların birbirlerine benzer tutuma sahip olmadıklarını düşündükleri belirlenmiştir (Alman %81,6 & Rus %75,6).

Yapılan değişken analizi sonuçlarına göre ise; "Gerçekçi Tehditler" kategorisi için; Alman katılımcıların; Rus turistlerin buldukları ortamda suç oranının arttığını ve Rus turistlerin olmadıkları alanlarda kendilerini daha güvende hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Oysa farklı olarak, Rus katılımcıların; Almanların yoğun olarak bulunduğu otelleri olumsuz olarak nitelendirmedikleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda Rus

katılımcılar, Alman turistler ile birlikte buldukları otellerde sosyal refah seviyesinin düştüğünü ve suç oranlarının arttığını da düşünmemektedirler. Bunun yanında; Rus katılımcıların, Alman turistlerin ekonomik güçlerinin fazla olduğunu, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahip ve dünya siyasetine çok fazla hâkim olduklarını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Genel olarak da ilköğretim mezunu Rus katılımcıların gerçekçi tehdit algılamalarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alman katılımcıların algılamış oldukları gerçekçi tehditler, suç oranları ile ortak yaşanan fiziksel ve sosyal çevre etrafında toplanırken; Rus katılımcıların gerçekçi tehdit algılamaları siyasi ve ekonomik boyutlar üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“Sembolik Tehditler” unsuru için; Alman katılımcıların; Rus turistlerden farklı değer yargılarına sahip olduklarını, Rusların kendi dünya görüşlerine saygı göstermediklerini ve Rusların kültürel değerlerinin buldukları otelin atmosferine zarar verdiğini düşündükleri ortaya çıkmıştır. Aynı durum Rus katılımcılar açısından değerlendirildiğinde ise; Rus turistler de, Alman turistlerden farklı değer yargılarına ve farklı aile değerlerine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte, Almanların geleneklerine Ruslardan daha fazla değer verdikleri sonucuna da ulaşılmıştır. Ayrıca, Almanların kültürel değerlerinin otelin atmosferine zarar vermediğini ve Alman turistlerin yaşam tarzlarının otelin genel ortamını olumsuz etkilemediğini ifade etmişlerdir. Rus katılımcıların demografik özellikleri dikkate alındığında ise; sembolik tehditleri kadın Rus katılımcıların ve ilköğretim mezunu Rus katılımcıların daha fazla hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Karşılıklı olarak her iki milliyet katılımcılarının da birbirlerinden farklı değer yargılarına sahip olduklarını düşündükleri belirlenmiştir. Buradan hareketle, algılanan sembolik tehditlerin değer yargısı ve farklı dünya görüşleri üzerinde toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte katılımcıların ortak kullanım alanı olarak buldukları otellerde Alman katılımcıların Rus turistlerden olumsuz olarak etkilendikleri ortaya çıkarken, söz konusu durumun aksine Rus katılımcıların Alman turistler ile buldukları ortak alanda herhangi bir rahatsızlık duymadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, her iki milliyet için de sembolik tehditlerin varlığı kabul görmektedir. Ancak sembolik tehditlerin, Alman katılımcılar nezdinde Rus katılımcılara göre daha yoğun olarak hissedildiği belirlenmiştir.

“Olumsuz Yargılar” tehdit çeşidi için; her iki milliyetin de karşılıklı olarak birbirlerini bencil ve soğuk olarak nitelendirdikleri ortaya çıkmıştır. Farklı olarak, Alman

katılımcıların, Rusların hilekâr olduklarını düşündükleri belirlenmiştir. Aynı zamanda, olumsuz yargıları, erkek Alman katılımcılar kadın Alman katılımcılara göre daha fazla algılarken Rus katılımcılar açısından ise; kadın Rus katılımcıların daha fazla olumsuz yargı algıladıkları yönünde bir sonucuna ulaşılmıştır. Rus katılımcıların ise; Almanları önyargılı olarak betimledikleri saptanmıştır.

Genel olarak olumsuz yargılar tehdit çeşidinde ortaya çıkan sonuçlar, tehdit unsurunu oluşturan etmenlerin yapısı gereği negatif yönlü ve olumsuz içerikli değerlendirmelerden oluşmaktadır. Katılımcıların bu tehdit unsuru içerisinde yer alan ifadelerle vermiş oldukları katılım düzeylerinin yoğunluğu incelendiğinde ise; puan ortalamalarına göre Alman katılımcıların olumsuz yargı değerlendirmelerinin daha fazla olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda Rus katılımcıların; Almanları önyargılı olarak değerlendirmeleriyle birlikte; bütünleşik tehditlerin algılanması sonucunda bireylerin tutumlarında meydana gelebilecek olan önyargılı davranış biçimini; Rus katılımcıların algıladıkları yönünde bir görüş bildirdikleri ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle de, Alman turistlerin Rus turistlere karşı önyargılı davrandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

“Gruplararası Kaygı” tehdit çeşidi için Alman katılımcıların; Ruslar tarafından fiziksel olarak zarara uğradıkları, aşağılandıkları ve hakarete uğradıkları belirlenmiştir. Rus katılımcılar ise; yine benzer şekilde, Almanlar tarafından aşağılandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan Rus katılımcıların, Alman turistler tarafından dışlandıkları, hem fiziksel olarak hem de sözlü olarak tacize maruz kaldıkları da saptanmıştır.

Gruplararası kaygı tehdit unsuru da; olumsuz yargılar tehdit unsurunun içeriği gibi negatif yönlü ve olumsuz içerikli değerlendirmelerden oluşmaktadır. Yine katılımcıların bu tehdit unsuru içerisinde yer alan ifadelerle vermiş oldukları katılım düzeylerinin yoğunluğu incelendiğinde de; puan ortalamalarına göre Alman katılımcıların gruplararası kaygı değerlendirmelerinin Rus katılımcılara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Gruplararası kaygının Alman katılımcılar tarafından daha yoğun olarak hissedildiği ortaya çıkmıştır.

Bütünleşik tehditlerin algılanması sonucunda ortaya çıkan gruplararası önyargıya ilişkin katılımcıların görüşleri incelendiğinde; her iki milliyet katılımcıları için, Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi olduğu ve Almanlar ile Rusların her zaman geçinmekte zorlandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca tatile bireysel olarak gelen iki milliyet katılımcıların da bütünleşik tehditleri yoğun olarak algıladıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında, Rus katılımcılar açısından, her zaman görünür olmasa da Almanlar ile

Rusların arasında süregelen bir çatışma olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, kadın Rus katılımcıların ve ilköğretim mezunu Rus katılımcıların gruplararası önyargıyı daha fazla hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Alman katılımcıların, Ruslar ile olan ilişkilerini her zaman önyargı ile değerlendirdikleri saptanmıştır. Ortaya çıkan bu sonuç; olumsuz yargılar tehdit çeşidinde de olduğu gibi, Alman katılımcıların Rus turistlere karşı önyargılı bir tutum sergilediklerini doğrular bir nitelik taşımaktadır.

Bütünleşik tehdit teorisini oluşturan tehdit çeşitleri tek tek ve bütünleşik tehdit olarak katılımcılar tarafından algılanması incelendiğinde; bekâr Rus katılımcıların bütünleşik tehditleri daha fazla algıladıkları tespit edilmiştir. Aynı zamanda; bütünleşik tehditleri daha fazla algılayan Alman katılımcıların Antalya'da konakladıkları gün sayısı az iken; Rus katılımcılarda konaklama yapılan gün arttıkça algılanan bütünleşik tehditlerin de daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Yine benzer bir ters yönlü ilişki katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarında da ortaya çıkmıştır. Bütünleşik tehditleri; çocuk sahibi olmayan Alman katılımcıların ve çocuk sahibi olan Rus katılımcıların daha fazla algıladıkları tespit edilmiştir. Farklı sonuçlar olarak ise; Ruslar ile iletişim kurmaktan çekinen Alman katılımcıların tehdit algıları düşük iken; Almanlar ile iletişim kurmaktan çekinen Rus katılımcıların tehdit algılarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, daha önceden hiç Rus tanıdığı olmayan Alman katılımcıların ve daha önceden hiç Alman tanıdığı olmayan Rus katılımcıların da bütünleşik tehditleri daha fazla hissettikleri tespit edilmiştir. Genel olarak da; Alman katılımcıların gerçekçi tehditleri, sembolik tehditleri, olumsuz yargıları, gruplararası kaygıyı ve bütünleşik tehditleri Rus katılımcılara nazaran daha fazla hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

5.2. Öneriler

Bu araştırma, kültürel farklılıkların göz ardı edilmesi sonucu oluşan bütünleşik tehditlerin ve önyargıların kültürlerarası iletişimde, bireylerin tutum geliştirmelerini ve söz konusu tutumların iletişim sürecine olan etkilerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Stephan ve Stephan'ın (1996: 409) da vurguladığı gibi; önyargı tüm dünyada var olan büyük bir sosyal sorundur ve bununla birlikte kalıp yargılar ile önyargılar kültürlerarası iletişimde engel teşkil etmektedir.

Araştırmanın kuramsal kısmında da belirtildiği gibi, önyargılar, bireylerin dış çevrelerinden gelen uyaranları algılayıp onları tanıma, anlama ve algılama sürecinde

bireysel olarak oluşturduğu zihinsel yapılardır. Lippmann'ın (1998) da meşhur ifadesiyle; önyargılar aslında bireylerin kafalarındaki resimlerdir. Söz konusu resimler, bir toplumsal gruba ilişkin, genellikle birebir doğru olmayan bilişsel formlar olarak kültür tarafından şekillenmektedir. Çünkü her kültür, üyelerine üzerinde ortak bir görüş sağlanmış çeşitli kurallar vererek; neyi nasıl algılaması gerektiğini belirleyen kurallar vermektedir. Her birey, karşısındaki kişinin davranışlarını kendi kültürünün kurallarına göre değerlendirdiğinde de, hakkında değerlendirilme yapılan birey hakkında genellikle olumsuz düşünceler ve önyargılar geliştirmektedir. Kültürün etkisiyle birlikte bireylerin oluşturmuş olduğu bu önyargılar da kültürlerarası iletişimde sorunların yaşanmasına neden olmaktadır. Ortaya çıkan önyargı kaynaklı sorunların aşılabilmesi için; yine kuramsal çerçevede belirtilen temas hipotezinin varsayımlarından faydalanmak akılcı bir çözüm arayışı olacaktır. Temas hipotezi aracılığıyla; farklı kültür gruplarının eşit durumlarda bir araya gelmeleri sonucu, birbirlerinin kültürlerini tanımalarına, aralarındaki ilişkinin iyileşmesine ve hoşgörü ortamının oluşmasına zemin hazırlayabilir. Böylelikle bireylerin zihinlerinde var olan önyargıların olumsuz etkilerinin ve toplumsal gerginliğin de azaltılması sağlanabilecektir. Ancak söz konusu temasın gruplar arasında olumlu bir etki yapabilmesi için gerekli olan bazı şartları Allport (1962: 409-411) şu şekilde ifade etmektedir:

- Farklı kültürel özelliklere sahip olan gruplar arasında iletişimlerini kuvvetlendirmek adına oluşturulacak temas, grupların etkileşimlerinden ziyade grupların karşılıklı olarak işbirliği içerisinde bulunabilecekleri gündelik etkinlikleri içermelidir.
- Gerçekleşmesi beklenen temas; gruplar arasında ortak bir çıkar kazanımı elde edilmesi üzerine kurulmalıdır ve ortak bir çıkar kazanılabilmesi için de gerekli olan koşullar önceden oluşturulmalıdır.
- Birbirleriyle temasta bulunacak olan gruplar eşit şartlarda ve eşit bir statüde yer almalıdırlar. Aksi takdirde eşit olmayan statülerde başlatılacak olan temas; kalıp yargıları doğrulayacak ve gruplararası önyargıları güçlendirebilecektir.
- Gruplar arasında sağlanacak olan birleşme ve bütünleşme çabaları, resmi çerçevede oluşturulmalıdır ve kurumsal olarak da desteklenmelidir. Böylelikle gruplar kendilerini daha güvende hissederek karşılıklı iletişimlerinden ve etkileşimlerden olumlu sonuçlar alabileceklerdir.

Önyargıları değiştirmenin etkili yollarından biri de; karşı grubun ait olduğu ortamda belirli bir zaman dilimi geçirerek onları ve buldukları ortamı tanımak ve öğrenmektir.

Gruplar arasındaki önyargıların kaynağı; birbirleri hakkındaki yanlış inançlara bağlı olarak birbirlerini yeterince tanımamalarıdır. Bu kapsamda; grupların karşılıklı bir iletişim ortamında anlaşmazlıklarını gidermeleri sağlanabilir. Ancak, farklı kültürel grupların arasındaki iletişim kurabilme aşamasında ortaya çıkan sorunlardan birisi de dil konusunda yaşanmaktadır. İletişim ve etkileşim sürecinde tarafların ortak bir konuşma dili etrafında toplanmamış olması veya karşı tarafa kendini doğru ifade edememesi yanlış anlaşılmalara yol açarak iletişim sürecindeki ilk engeli ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda ortak bir dil etrafında toplanmamış olmak grupların kaygı seviyesinin yükselmesine neden olabilecektir ki bu durumda taraflar birbirlerinin nasıl davranacaklarını tahmin edemediği için, kendisini rahatsız ve gergin hissederek iletişime sınırlılıklar getirebilecektir. Farklı kültürel grupların karşılaşmasında, gruplar arasında ortak bir paydanın bulunması, gruplar arasındaki sosyal mesafeyi azaltarak karşılıklı iletişimi kolaylaştıran bir faktör görevi üstlenebilecektir. Gruplar arasında ortak bir konuşma dili oluşturma hususunda önlem almak bu sorunun çözümü için etkili olabilecektir. Yine kültürlerarası iletişimin güçlendirebilmek adına; toplumlar arasında teknoloji ve sanat alanlarında kültürel değerlerin alışverişi ile sosyal ilişkiler oluşturularak önyargıların azaltılması yoluna gidilebilir.

Sosyal ilişkilerin en az iki grup şeklinde yani “biz” ve “diğerleri” şeklinde sınıflandırılması kimliklerin oluşturulabilmesi için gereklidir. Bu açıdan ele alındığında, ortak bir kimlik varlığı sağlayabilmek için, zihinlerde farklılıklar yaratan “onlar”, yani “öteki” fikri yer almaktadır. Özellikler söz konusu ortak kimliğin tehlikede olduğu düşünüldüğü durumlarda ise; grup üyeleri tarafından kimliğe daha çok sahip çıkılmakta ve farklılıklar belirginleştirilmektedir. Bu noktada televizyon haberleri, gruplarda ortak bir kimlik düşüncesinin oluşturulması çerçevesinde, kendine özgü söylem ve kurgulama yöntemleri ile kimliklere ait sembol ve simge yaratılmasında son derece etkili araçlardan birisi olarak rol üstlenmektedir. Televizyon ve diğer kitle iletişim araçları, sembol ve simgeleri bütün dünyaya yayarlar ve bu sembol ve simgeler tüm imgeler gibi resimlerden ibaret değildir: düşünceler, değerler, konular ve mesajlar taşımaktadırlar. Televizyon aracılığıyla iletilen mesajlar genellikle örtüktür ve hemen hemen her televizyon reklamı, her program kendi içerisinde gizli bir slogan taşımaktadır (Friedman, 2002: 70; Bozağaçalı, 2010: 114; Yurdigül ve Zinderen, 2014: 148-149). Söz konusu simge, sembol ve sloganlar, televizyon aracılığıyla farklı kimliklere sahip gruplar arasında bir köprü görevi üstlenebilir. Kültürlerarası iletişimde de uyumlaştırıcı ortak bir tutum geliştirebilmek, turizmde ortak bir aidiyet ve kimlik oluşturabilmek adına

da televizyon ve internet haberlerinden, kendilerine özgü etkili yöntemleri aracılığıyla faydalanılabilir.

Gelinen noktada üzerinde durulması gereken önemli bir soru da; tüm toplumların ve kültürlerin doğasında var olan çatışma olgusuna nasıl yaklaşılması gerektiğidir. Gruplar arasında meydana gelebilecek anlaşmazlıkların ve önyargıların gelecekte yeni tartışmalara zemin hazırlayarak çatışmalara yol açabileceği aşikârdır. Bu nedenle, kültürlerarası iletişimi güçlendirerek, toplumların birbirleriyle anlaşabilmelerine olanak tanıyacak önlemler alınarak, toplumların birbirine olan önyargıları azaltılarak ortadan kaldırılabılır ve böylelikle de kültürlerarası iletişimde olumlu sonuçlara götüren bir yolda önemli adımlar da atılmış olacaktır. Avcıkurt'un (2015: 16) da ifade ettiği gibi; uygar insanın temel vatandaşlık haklarından biri olarak kabul edilen turizm olayına katılma hakkı, fakirlik, gelir dağılımındaki adaletsizlik, turizme harcanacak mali gücün olmaması ve toplumlar arasında var olan geniş sosyal önyargılardan kaynaklanan sosyal dışlanmadan dolayı dünyanın birçok bölgesinde söz konusu olamamaktadır. Kültürel farklılıkları göz ardı etmeden, farklı kültürden olan grupları ve birbirine zıt görüşleri, söz konusu kültürlerin normları çerçevesinde değerlendirmek, bireysel önyargıların azalmasını, kin ve düşmanlığın olmadığı sağlıklı bir iletişim ortamının oluşturulmasını ve olası çatışmaların önlenmesini sağlayacaktır.

Birbirine zıt görüşlerin açıkça ifade edilerek, ortak bir platformda tartışılmasının yapıcı bir işbirliğinin olması için çok önemli olduğunu vurgulayan Tjosvold ve Huston (1978: 59), yapıcı olarak etkili bir işbirliği için etkili bir iletişimin olmasının esas olduğunu ifade etmişlerdir. Genel olarak çatışmalar ya da anlaşmazlıklar yapıcı olarak yönetildiğinde ve yönlendirildiğinde, karşılıklı ilişkiler daha iyi bir duruma gelebilecektir. Aynı zamanda kültürel farklılıkları da bütünleştirmeye doğru ilerleme yönünde atılacak adımlar gruplararası anlaşmazlıkların giderilmesini sağlayacaktır. Farklı grupların bütünleşmesini arttırmak ve grup üyelerinin bütünleşmesinin kolaylaşması için (Koç, 2008: 126-127); grup amaçları konusunda fikir birliğinin olması gerekmektedir. Etkileşim ve iletişim sıklığı yüksek olan gruplarda bütünleşme olasılığı ve derecesi yüksek olmaktadır. Belirli periyotlar halinde kurulabilecek iletişim gruplar arasında iletişimi kuvvetlendirebilecektir. Yine grup üyelerinin, içerisinde buldukları grup üyelerini fiziksel ve/veya sosyal olarak cazip bulması ve birbirleri ile konuşmaktan hoşlanması da grubun kendi içerisindeki bütünleşmesini arttırabilecektir. Ayrıca, grup dışındaki başka gruplar ile rekabet olanağı olması grubun iç bütünleşmesini sağlayarak

ortak hareket etme yolunda güdülenmelerini sağlayabilecektir. Bununla birlikte; pozitif değerlendirmeler de gruplararası bütünleşmeyi sağlayabilecektir.

Turizmin insanlığa sağladığı önemli katkılarından birinin de kültürlerarası uyumlaşmada gösterdiği başarı olduğunu ifade eden Rızaoğlu (2012: 323), turizmin bu başarısının ülkeler arasında sağlanan etkin işbirliği ile daha da artırılacağına vurgu yapmıştır. Ülkelerin ikili ilişkilerinin durumunun da turizm olayına direkt etkisi olduğu göz önünde bulundurulduğunda; ülkeler en fazla turist çektikleri ya da en fazla turist gönderdikleri kültürler hakkında vatandaşlarına ve turizm olayına katkısı olan tüm taraflara eğitimler düzenleyebilirler. Böylelikle hem gelen turistlerin hem de turizm olayına katılan vatandaşlarının kültürlerarası uyumlarından dolayı memnuniyet düzeyleri artırılabilir. Kültürlerarası uyumlaşmayı engelleyen sorunlardan en önemlisi de araştırma sonucunda da belirtildiği üzere önyargıdır. Farklı kültüre sahip bireyler arasında oluşabilecek önyargıların azaltılması için tatillerinden önce veya belirli dönemler halinde etkileşim halinde bulunabilecekleri gruplar hakkında, grupları tanımlayıcı ve önyargıları azaltıcı kültürel eğitimler verilebilir. Ayrıca turizm eğitim kurumlarında müfredat programlarının da bu anlamda düzenlenmesiyle birlikte, turizm çalışanlarının da kültürlerarası turist tutumları bakımından bilgilendirilmiş olmaları sağlanabilecektir. Kültürel eğitimler; kültür ve kültürel farklılıklar üzerine bilgilendirme, grubun kendi kültürlerinin gündelik yaşama yansımaları, farklı kültürel özelliklere sahip kişilerin davranışlarının nedenleri ve davranışların nasıl yorumlanacağı, grup içi paylaşımlar ve olay analizleri, örnek birkaç kültür üzerinden ayrıntılı bilgilendirme ve grup içi analiz yapılarını şeklinde gerçekleştirilebilir (Genç, 2014: 354-355). Söz konusu kültürel eğitim programları oluşturulurken, farklı kültürlerin özellikleri ve kültürel boyutları da göz önünde bulundurulmalıdır. Çalışmanın yazın kısmında da belirtildiği gibi; Hofstede'in kültürel boyutlar modelinde ülkelerin sıralamaları dikkate alınarak analizler gerçekleştirilmelidir. Örneğin; Almanların bireysel, eril ve güç mesafelerinin düşük olduğu, Rusların ise eşitsizliği olağan karşıladıkları gibi veriler ışığında hareket edildiğinde, kültürlerarası uyumlaştırma çabaları başarıya ulaşabilecektir.

Kültürlerarası uyumlaştırma çabalarında turizm paydaşlarına da büyük görevler düşmektedir. Farklı kültürlerle ev sahipliği yapan otel işletmelerinde, düzenlenecek olan ortak animasyon programları kapsamında sanatsal ve kültürel faaliyetler ve/veya ortak yemekler, grupların etkileşim ve iletişimlerinin güçlenmesini sağlayabilecektir. Böylelikle; gruplar arasında çıkabilecek olan potansiyel problemler önlenmiş ve turizm olayının da barışa götüren yolda üzerine düşen görevi yerine getirmiş olabilecektir.

Son olarak; turistlerin önyargılara sahip olmaları karşı grupla uyumlaşmalarını ve bütünleşmelerini engellemektedir. Yukarıda açıklanan basamaklar doğrultusunda karşı kültür hakkında bilgi sahibi olmaları daha objektif değerlendirmeler yapmalarını ve karşılıklı olarak etkileşim sürecinde hoşnutluk ve mutluluk düzeylerini de artırmaya yaracaktır. Grupların empati yapmaları sağlanarak gruplar arasında güven ortamı yaratılmış olacaktır. Bu bağlamda sonuç olarak; kitle iletişim araçları ve özellikle gündelik hayatın merkezinde kendine yer edinen sosyal medya aracılığıyla, kültürel benzerliklerin geliştirilmesi ve özdeşlik sağlanması hususunda bilgilendirmeler yapılarak, farklı kültür ve alternatif dil konularında eğitimler düzenlenerek gruplar arasındaki belirsizlikler azaltılıp önyargılar ortadan kaldırılabilmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda, turistlerin tehdit algılamaları ile önyargılı olmaları arasında çeşitli düzeylerde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak bu ilişkiyi bir sebep-sonuç ilişkisi olarak değerlendirme konusunda peşin hükümlü olmamak gerekmektedir. Çünkü belirli bir tehdit çeşidini sebep, önyargılı olmayı da sonuç olarak kabul ederek çözümlenmeler yapmak yanıltıcı olabilecektir. Kuramsal çerçevede de açıklandığı üzere; algılanan tüm tehdit çeşitlerinin bir arada bulunmasıyla meydana gelen bütünleşik tehditler ile önyargı arasındaki ilişki ancak doğru bir sonuç ifade edecektir. Aynı zamanda bütünleşik tehditler ve önyargı düzeyleri; farklı toplumlarda, farklı sosyo-kültürel yapılarda, farklı coğrafyalarda farklı şekillerde de alabilmektedirler. Bu nedenle de araştırmacılar; farklı toplumları ve grupları, demografik değişkenleri artırıp turizmin farklı alanlarında daha genel sonuçlara ulaşabilmek için inceleyebilirler. Ayrıca yapılan bu çalışma yüksek sezon, kitle turizmi verilerini içermektedir. Farklı sezonlarda ve farklı turizm çeşitlerine katılan turistler üzerinde ve çokuluslu çalışanların olduğu büyük ölçekli işletmelerde de bir araştırma yapılabilir. Öte yandan, farklı bir karşılaştırma örneklemini için; ev sahibi olan toplum ile misafir olan toplumların karşılaşmaları esnasındaki tutumları ve önyargıları da karşılaştırmalı bir analiz yardımıyla tespit edilebilir. Tespit edilen önyargıların seviyeleri, karşılaştırılan toplumlardan birisi kendi ülkesinde bulunurken tekrar gerçekleştirilebilir. Özellikle yerel halka ya da kendilerine hizmet eden görevlilere karşı olan turist tutumları da bütünleşik tehdit teorisi çerçevesinde araştırılabilir. Yapılan bu araştırmanın kültürlerarası turist tutumları ile bütünleşik tehdit teorisi konularında ileriki dönemlerde yapılacak olan farklı çalışmalara referans olabileceği ve ilgili alanyazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abay, Ali Rıza. (2003). Toplumsal Yapı ve Toplumsal Kurum Değişmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 1 – 17.
- Aberson, Christopher L. ve Gaffney, Amber M. (2008). An Integrated Threat Model of Explicit and Implicit Attitudes. *European Journal of Social Psychology*, 39, 808 – 830.
- Akay, Recep. (2005). Kültürel Kimlik ve Kültürlerarası İletişim. *Bilgi*, 11 (2), 108 – 120.
- Akçakaya, Murat. (2003). Çatışma Yönetimi ve Örgüt Verimliliğine Etkisi. *Kamu-İş*, 7 (2), 2 – 28.
- Akış Roney, Sevgin. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, Meryem ve Güçlü Nergiz, Hatice. (2012). *Turizmde Etik [Kavramlar, İlkeler, Standartlar]*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aksoy, Ali ve Kaplan, Metin. (2005). Konaklama İşletmelerinde Departmanlar Arası Çatışmanın Analizi ve Bir Uygulama. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (1), 133–154.
- Aksoy, Zeynep. (2012). Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (20), 292 – 304.
- Aksu, A. Akın ve Ehtiyar, V. Rüya. (2007). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aksu, Akın, Özdemir, Bahattin, Bato Çizel, Rabia, Tarcan İçigen, Ebru, Çizel, Beykan ve Ehtiyar, Rüya. (2008). *Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması (Turist Profili, Turist Beklentileri, Turist Tatmini, Destinasyona Sadakat)*. http://www.poyd.org/istatistikler/PDF/Antalya_Turist_Profil.pdf, Erişim Tarihi: 05.09.2014.
- Aktaş, Hakkı ve Kılınç, Tanıl. (2007). TÜROB Üyesi Beş Yıldızlı Otel Çatışma Yönetimi Yaklaşımları İle Bireyler Arası Çatışma Yönetim Tarzları İlişkisi. *Yönetim*, 18 (58), 76 – 88.
- Aktaş, Mert. (2010). *İzleyicilerin Kültürel Değerleri ve Liderliğe Duydukları İhtiyaç*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Alamur, Bayram. (2005). *Örgüt Kültürü ve Örgüte Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi; Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Albayrak, Tahir, Caber, Meltem ve Bideci, Müjde. (2014). Yaşlı Turistlerin Otel İşletmelerinde Önem Verdiği Ürün ve Hizmetler: Alman, İngiliz ve Hollandalı Turistlere Yönelik Bir Karşılaştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25 (1), 62 – 74.
- Albuquerque, Klaus De ve McElroy, Jerome L. (2001). Tourist Harassment: Barbados Survey Results. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 477 – 492.
- Allport, Gordon. (1954). *The Nature of Prejudice*. Cambridge: Addison Wesley Publishing Company.

- Allport, Willard Gordon. (1962). The General and The Unique in Psychological Science. *Journal of Personality*, 30 (3), 405-422.
- Alpar, Reha. (2011). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altay, Hüseyin. (2003). Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki Türkiye Kökenli Firma Yatırımları ve Kültür: Yöneticiler Açısından Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (9), 39 – 58.
- Altay, Hüseyin. (2004). Güç Mesafesi, Erkeklik-Dışılık ve Belirsizlikten Kaçınma Özellikleri İle Başarı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 301 – 321.
- Altın Gülova, Asena ve Demirsoy, Özge. (2012). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 3 (3), 49 – 76.
- Aman, Fatih. (2012). Bronislaw Malinowski'nin Kültür Teorisi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21 (1), 135 – 151.
- Anbarlı Bozatay, Şeniz. (2011). *Sosyoloji*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Arslan, Coşkun. (2006). Kişilerarası Çatışma Çözme ve Problem Çözme Yaklaşımlarının Yükleme Karmaşıklığı Açısından İncelenmesi. *S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 75 – 94.
- Arslanoğlu, İbrahim. (2001). Kültür ve Medeniyet Kavramları. Hacı Bektaş Veli araştırma Dergisi, (15), 243 – 255.
- Arslantaş, H. İsmail ve Özkan, Metin. (2012). Okul Müdürlerinin Çatışma Çözmede Yapıcı – Yıkıcı Olmaları İle Öğretim Liderliği Arasındaki İlişki. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (34), 231 – 241.
- Asanbekova, Gülzar. (2007). *Tüketici Davranışı Çerçevesinde Türkiye'yi Ziyaret Eden Rus Turistlerin Tüketim Alışkanlıkları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Aslan, Cahit. (2013). *Sosyolojiye Giriş, Kavramlar ve Kullanımları*. (2. Baskı). Adana: Karahan Kitabevi.
- Aşkan, Deniz ve Yalçınkaya, Münevver. (2010). İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Değer Algılarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *II. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongresi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, II. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongre Kitabı*, 22 – 42.
- Ateş, Hacer ve Bayram, Ümmühan. (2012). El Sanatlarının Kültür Turizmi Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Yöresel Ayakkabılar Örneği. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 821 – 835.
- Avcıkurt, Cevdet. (2009). *Turizm Sosyolojisi, Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, Cevdet. (2015). *Turizm Sosyolojisi, Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Ay, Canan. (2005). İşletmelerde Etiksel Karar Almada Kültürün Rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, 12 (2), 31 – 53.
- Aydın, Kenan. (2007). *Uluslararası ve Küresel Pazarlamada Kültürel Etkiler*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aydınalp, Halil. (2010). Sosyal Çatışma ve Din. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 187 – 215.
- Aykanat, Zafer. (2010). *Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü İlişkisi Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Bahar, Halil İbrahim. (2011). *Sosyoloji*. (4. Baskı). İstanbul: Hayat Yayın Grubu.
- Bakan, İsmail. (2008). “Örgüt Kültürü” ve “Liderlik” Türlerine İlişkin Algılamalar İle Yöneticilerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. *KMU İİBF Dergisi*, 10 (14), 1 – 28.
- Baltacı, Adem. (2014). Değerlendirme Farklılıklarının ve Atfın Nedenselliğinin Açıklayıcısı Olarak Kültür. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (31), 720 – 728.
- Barut, Basri. (2005). Siyasal Reklamcılık Özelinde Siyasal Tutumların Oluşması Süreci. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (2), 295 – 317.
- Bayık Temel, Ayla. (2011). Çok Kültürlülük ve Kültürlerarası İletişimin Sağlık Hizmetlerinin Sunumuna Etkileri. Erol Esen ve Zeliha Yazıcı (Editörler). *Onlar Bizim Hemşehrimiz Uluslararası Göç ve Hizmetlerin Kültürlerarası Açılımı*. (1. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Baymur, Feriha. (1994). *Genel Psikoloji*. (1. Baskı). İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Bayram, Nuran. (2009). *Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi*. (2. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bektaş, Fatih. (2010). Örgütsel İmaj ve Örgüt Kültürü: Öğretmen Adayı Örneğinde Nedensel Bir Araştırma. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi / Teori ve Uygulama*, 1 (Yaz), 5 – 18.
- Belber, Burcu Gülsevil. (2009). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihinde Kültürün Etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34 (Temmuz - Aralık), 91 – 116.
- Berber, Alper. (2008). *Kurumsal Adalet ve Adalet Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Berrenberg, Joy L., Finlay, Krystina A., Stephan, Walter G. ve Stephan, Cookie. (2002). Prejudice Toward People With Cancer or AIDS: Applying The Integretad Threat Model. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 7 (2), 75 – 86.
- Besculides, Antonia, Lee, Martha E. ve McCormick, Peter J.. (2002). Resident's Perceptions of The Cultural Benefits of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 303 – 319.
- Beytekin, Osman Ferda ve Doçyan Gökçürk, Şüheyda. (2012). Yükseköğretim Yöneticilerinin İdari Davranışları, Duygusal ve Sosyal Yeterlikleri: Kültürlerarası Bir Araştırma. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 2 (1), 33 – 42.

- Bilge, Muhittin. (2009). Nurettin Topçu'nun Kültür ve Medeniyet Anlayışı. *TSA*, 13 (1), 91 – 103.
- Birsel, Melek, İslamoğlu, Güler ve Börü, Deniz. (2009). Kültürel Boyutlar İçerisinde Şekillenen Çatışma Tarzları. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 245 – 262.
- Bozağaçlı, Selçuk. (2010). *Tarihsel Süreçte Sosyo-Kültürel / Sosyo-Politik / Sosyo-Ekonomik Paradigmat Dönüşümler*. (1. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bozağaçlı, Selçuk. (2010). *Tarihsel Süreçte Sosyo-Kültürel/Sosyo-Politik/Sosyo-Ekonomik Paradigmat Dönüşümler*. (1. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bozkaya, Müjgan ve Aydın Erdem, İrem. (2010). Kültürlerarası İletişim Kaygısı: Anadolu Üniversitesi Erasmus Öğrencileri Değişim Programı Örneği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 39 (2010), 29 – 42.
- Bozkurt, Veysel. (2013). *Değişen Dünyada Sosyoloji*. (9. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bozyer, Ünal. (2012). Turizm Sosyolojisi. Muammer Tuna (Editör). *Sosyolojiye Giriş, Sosyolojinin Temel Tartışmaları*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bölükbaş, Fatma ve Keskin, Funda. (2010). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Metinlerin Kültür Aktarımındaki İşlevi. *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 5 / 4, 221 – 236.
- Bredemeier, Harry C. (2010). Alışveriş Kuramı. Bottomore, Tom ve Nisbet, Robert (Editörler). *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*. (Çev. Mete Tunçay ve Aydın Uğur). (2. Baskı). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Briggs, Asa. (1992). *Culture, Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments*. (Editör Richard Bauman). New York-Oxford: Oxford University Press, 3 – 11.
- Brigham, John C. (1971). Ethnic Stereotypes. *Psychological Bulletin*, 76, 15-38.
- Burke, Peter. (2006). *Kültür Tarihi*. (1. Baskı). (Çev. Mete Tunçay). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Büyükoztürk, Şener. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. (15. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Can Mutlu, Esin. (2000). *Uluslararası İşletmecilik*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Can, Esin. (2012). *Uluslararası İşletmecilik Teori ve Uygulama*. (4. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Chacko, Elizabeth. (2003). Culture and Therapy: Complementary Strategies for the Treatment of Type-2 Diabetes in An Urban Setting in Kerala. *Social Science & Medicine*, 56 (5), 1087 – 1098.
- Chadee, Doren ve Mattsson, Jan. (1995). Measuring Customer Satisfaction with Tourist Service Encounters. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4 (4), 97 – 107.
- Chanchani, Shalin ve Willett, Roger. (2004). An Empirical Assessment of Gray's Accounting Value Constructs. *The International Journal of Accounting*, 39 (2004), 125 – 154.

- Cheung, Chi – Kim. (2001). The Use of Popular Culture as a Stimulus to Motivate Secondary Students' English Learning in Hong Kong. *ELT Journal, Oxford University Press*, 55 (1), 55 – 61.
- Choi, Y. Tat ve Chu, Raymond. (2000). Level of Satisfaction Among Asian and Western Travellers. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 4 (4), 97 – 107.
- Cohen, Aaron. (2006). The Relationship Between Multiple Commitments and Organizational Citizenship Behaviour in Arab And Jewish Culture. *Journal of Vocational Behaviour*, 69, 105 – 118.
- Colombo, Monica, Cherubini, Paolo, Montali, Lorenzo ve Marando, Laura. (2012). There's Foreigner and Foreigner: Xenophobic Reasoning and Anti-Immigrant Discourse. *Global Journal of Community Psychology Practice*, 3(4), 135 – 145.
- Connor, Steven. (2001) Postmodernist Kültür. (1. Baskı). (Çev. Doğan Şahiner). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Corenblum, B. ve Stephan, Walter G. (2001). White Fears And Native Apprehensions: An Integrated Threat Theory Approach to Intergroup Attitudes. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 33 (4), 251 – 268.
- Coşgun, Şengül. (2004). *Antalya'da Yaşayan Güneydoğulular İle Antalya Yerlileri Arasındaki Kalıp Düşünceler ve Önyargılar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Crompton, John L. (1979). Motivations for Pleasure Vacations. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408 – 424.
- Curşeu, Petru Lucian, Stoop, Run ve Schalk, Rene. (2007). Prejudice Toward Immigrant Workers Among Dutch Employees: Integrated Threat Theory Revisited. *European Journal of Social Psychology*, 37, 125-140.
- Çakır, Mustafa. (2010). Kültürlerarası İletişimin Bir Yönü: Özün Ötekileştirilerek Yabancılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 75 – 84.
- Çakmakçı, Ufuk M. (2009). Türkiye'de Yenilikçiliğe "Bütüncül Ekonomik" Yaklaşım: Ekonomi-Politik ve Kültürel Değerler. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35 (Özel Sayı), 61 – 93.
- Çarıkcı, İlker Hüseyin ve Atila, Gaye. (2009). Erillik / Dişillik Boyutunun Empatik Beceri İle İlişkisi. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 52 – 63.
- Çavdarıcı, Mustafa. (2002). *Türkiye'de Sosyal Değerlerin Aşınması ve Kültür Sömürgeciliği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Çeçen, Anıl. (1985). Kültür Yönetimi. *AİD*, 18 (1), 113 – 140.
- Çeçen, Anıl. (1996). *Kültür ve Politika*. (1. Baskı). Ankara: Gündoğan Yayıncılık.
- Çelik Uğuz, Sabriye. (2012). Göç ve Turizm: Türkiye – Almanya Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10 (19), 1 – 30.
- Çelik, Celaleddin. (2006). Gökalp'in Bir Değişim Dinamiği Olarak Kültür-Medeniyet Teorisi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2006/2 (21), 43 – 63.
- Çilingirtürk, Ahmet Mete. (2011). *İstatistiksel Karar Almada Veri Analizi*. (1. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Çuhadar Gürkaynak, Esra. (2012). Toplumsal Temas: Önyargı ve Ayrımcılığı Önlemek İçin Bir Sosyal Değişim Aracı Olarak Kullanılabilir mi?. Kenan Çayır ve Müge Ayan Ceyhan (Editörler). *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar*. (1. Baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dahawy, Khaled, Merino, Barbara D. ve Conover, Teresa L. (2002). The Conflict Between IAS Disclosure Requirements and The Secretive Culture in Egypt. *Advances in International Accounting*, 15 (2002), 203 – 228.
- Danışman, Ali ve Özgen, Hüseyin. (2008). Örgütsel Alt Kültürler ve Kaynakları: Bir Sanayi Firmasında Görgül Bir Araştırma. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35 (Aralık), 277 – 304.
- Demirci Orel, Fatma ve Memmedov, İlgar. (2004). Antalya Bölgesine Gelen Rus Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Çalışma. *Aziya İ Afrika Segodnya (Sivodniya) Dergisi*, 1 – 15.
- Deneçli, Ceyda. (2013). Küresel Markalar, Yerellik ve Kültürel Göstergeler. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 3 (1), 1 – 11.
- Dhont, Kristof, Hiel, Alain Van ve Hewstone, Miles. (2014). Changing The Ideological Roots of Prejudice: Longitudinal Effects of Ethnic Intergroup Contact on Social Dominance Orientation. *Group Processes & Intergroup Relations*, 17 (1), 27–44.
- Diñçkol, Abdullah. (2009). *Sosyoloji (Toplumbilimi)*. (1. Baskı). İstanbul: Der Yayınları.
- Ding, Yuan, Jeanjean, Thomas ve Stolowy, Herve. (2005). Why Do National GAAP Differ From IAS? The Role of Culture. *The International Journal of Accounting*, 40 (4), 325 – 350.
- DiStefano, Joseph J. ve Maznevski, Martha. L. (2000). Global Leaders Are Team Players: Developing Global Leaders Through Membership On Global Teams. *Human Resource Management*, 39 (2 & 3), 195 – 208.
- Dixon, John ve Durrheim, Kevin. (2003). Contact and The Ecology Of Racial Division: Some Varieties Of Informal Segregation. *British Journal of Social Psychology*, 42, 1 – 23.
- Dixon, John, Durrheim, Kevin ve Tredoux, Colin. (2005). Beyond the Optimal Contact Strategy. *American Psychologist*, 60 (7), 697 – 711.
- Doğan, Binali. (2007). *Örgüt Kültürü*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Doğan, Halime. (2010). *Evlü Bireylerin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özellikleri ile Evliliklerinde Çatışma Yaşama Durumları Arasındaki İlişki*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Doğan, Hasan Zafer. (2004). *Turizmin Sosyo – Kültürel Temelleri*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, Orhan. (2006). *Bozkır Kavimlerinin Kültür ve Mitolojilerinde At*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Dönmez, Beril ve Çakıcı, A. Celil. (2013). Turist – Turist Etkileşimi: Yerli Turistlerin İngiliz Turistlere Bakış Açıları Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1), 37 – 61.
- Dönmezer, Sulhi. (1994). *Toplumbilim*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.

- Duran, Erol. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (19), 291 – 313.
- Durğun, Serpil. (2006). Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 112 – 132.
- Durkheim, Emile. (2012). *Sosyoloji Dersleri*. (Çev. Ali Berktaş). (3. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Durmaz, Yakup. (2008). *Tüketici Davranışı*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dursun, İbrahim Taha. (2013). Örgüt Kültürü ve Strateji İlişkisi: Hofstede'in Boyutları Açısından Bir Değerlendirme. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 43 – 57.
- Duverger, Maurice. (1995). *Siyaset Sosyolojisi*. (1. Baskı). (Çev. Şirin Tekeli). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Duygulu, Ethem. (2008). Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 95 – 121.
- Ekici, Tülay. (2012). Bireysel Ses Eğitimi Dersine Yönelik Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. *GEFAD*, 32 (3), 557 – 569.
- Ekiz, Erdoğan H. ve Köker, Nahit Erdem. (2010). Şikâyetin Kısıtlayıcı Faktörleri: Turistlerin Belirgin Şikâyet Etme Davranışları. *Journal of Yaşar University*, 17 (5), 2859 – 2873.
- Elgin, Veysel Mehmet ve Mamatoğlu, Nihal. (2014). Gezi Parkı Olayları: Namus Kültürü ve Çatışma Çözüm Tarzları Açısından Bir Değerlendirme. *Alternatif Politika*, 6 (1), 3 – 31.
- Emekli, Gözde. (2007). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51 – 59.
- Emir, Oktay ve Avan, Ali. (2010). Yabancı Turistlerin Satın Alma Karar Sürecinde Kültürel Varlıkların Etkisi: Konya Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2010): 203 – 220.
- Ercins, Gülay. (2009). Türkiye'de Popüler Kültür Görünümleri ve Gençliğe Yansımaları. *VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın*. 6. *Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı*, 489 – 511.
- Erdem, Ekrem ve Tuğcu, Can Tansel. (2013). Makro-Ekonomik Büyümeye Mikro-Kültürel Bir Yaklaşım: Türkiye'de Kentlerin Kültürel Büyüme Dinamikleri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 41 (Ocak-Haziran), 1 – 24.
- Erdem, Ramazan. (2007). Türk Toplumunda Kolektivist Yönelimler ve Öğretmenler Üzerinde Bir Çalışma. *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya*, 681 – 687.
- Erdoğan, Çağrı. (2013). *Sosyal Mücadele Teorisi Kapsamında Otel İşletmeleri Çalışanlarınca Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim*. (2. Baskı). Ankara: Erk Yayıncılık.

- Erdoğmuş, Nihat ve Aytakin, İhsan. (2012). Kùltürün Psikolojik Hareketlilięe Etkisi: Türk ve Kanadalı Akademisyenlerin Karşılaştırmalı Analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12 (4), 2521 – 2540.
- Ergil, Doğu. (2012). *Toplum ve İnsan*. (1. Baskı). İstanbul: Hayat Yayın Grubu.
- Ergun, Doğan. (2013). *100 Soruda Sosyoloji El Kitabı*. (11. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Erkal, Mustafa. (1982). *Sosyoloji (Toplum Bilim)*. (1. Baskı). Trabzon: K.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakùltesi Yayınları.
- Erkal, Mustafa. (2012). *Sosyoloji (Toplumbilimi)*. (16. Baskı). İstanbul: Der Yayınları.
- Erkenekli, Memet. (2011). Hofstede'nin Kùltürel Değerler Modeline Gùre Türkiye İle Abd'nin Karşılaştırılması. *Kho Bilim Dergisi*, 21 (2), 1 – 18.
- Erkenekli, Memet. (2013). Toplumsal Kùltür Araştırmaları İçin Değer Merkezli Bütünleşik Bir Kùltür Modeli Önerisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 12 (1), 147 – 172.
- Ermağan, İsmail. (2012). Avrupa Birliği Bağlamında Türkiye – Almanya İlişkileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 73 – 91.
- Eroğlu, Feyzullah. (1982). Türk Kùltüründe Motivasyon. *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Araştırma Merkezi İşletme Dergisi*, 5 (3 – 4), 16 – 22.
- Erol, Nermin ve Hassan, Azize. (2013). Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ile Elde Edilen Turizm Gelirlerinin Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Verilerine Gùre Karşılaştırmalı Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1/2 (2013), 3 – 14.
- Erşanlı, Banu. (2012). Bir Alt Kùltür Yansıması Olarak Arabesk Video Müzik Klipleri Dilinin İncelenmesi. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 117 – 123.
- Esen, Erol. (2011). Türk-İşgücü Göçünün 50. Yılında Almanya'da Sosyal Hizmetlerin Kùltürlerarası Açılımı. Erol Esen ve Zeliha Yazıcı (Editörler). *Onlar Bizim Hemşehrimiz Uluslararası Göç ve Hizmetlerin Kùltürlerarası Açılımı*. (1. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Esinbay, Emine. (2008). *İlköğretim Okullarında Örgüt Kùltürü (Balıkesir İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Esses, Victoria M. ve Dovidio, John F. (2002). The Role of Emotions in Determining Willingness to Engage in Intergroup Contact. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1202 – 1216.
- Evrekli, Ertuğ, İnel, Didem, Balım, Ali Günay ve Kesercioğlu, Teoman. (2009). Fen Öğretmen Adaylarına Yönelik Yapılandırmacı Yaklaşım Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 6 (2), 134 – 149.
- Fichter, Joseph. (1990). *Sosyoloji Nedir?* (1. Baskı). (Çev. Nilgün Çelebi). Konya: Toplum Kitabevi.
- Fiş, Ahmet Murat ve Wasti, S. Arzu. (2009). Örgüt Kùltürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35 (Özel Sayı), 127 – 164.

- Folger, Joseph P., Poole, Marshall Scott ve Stutman, Randall K.. (2013). *Çatışma Yönetimi, İnsan İlişkilerinde, Gruplarda ve Örgütlerde Çatışmayı Yönetme Stratejileri*. (Çev. Füsün Akkoyun). (7.Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Franke, George R. ve Nadler, S. Scott. (2008). Culture, Economic Development, and National Ethical Attitudes. *Journal of Business Research*, 61 (3), 254 – 264.
- Friedman, M. Lawrence. (2002). *Yatay Toplum*. (Çev. Ahmet Fethi). (1. Baskı). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Gencer, Zekiye. (2011). Çok Kültürlü Toplumlarda İletişim: Divriği Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (2011), 186 – 206.
- Genç, Ruhet. (2014). Uluslararası Otel ve Restoran Yönetimi (İlkeler, Kavramlar, Uluslararası Kaide ve Kurallar). (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Giddens, Anthony. (1998). *Modernliğin Sonuçları*. (Çev. Ersin Kuşdil). (1. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, Anthony. (2000). *Sosyoloji*. (Çev. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel). (1. Baskı). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gonzales, Karina Velasco, Verkuyten, Maykel, Weesie, Jeroen ve Poppe, Edwin. (2008). Prejudice Towards Muslims in The Netherlands: Testing Integrated Threat Theory. *British Journal of Social Psychology*, 47: 667 – 685.
- Göker, Göksel ve Meşe, Gülümser. (2011). Türk Göçmenlerin İtalyanlara Bakış Açısı: Bir Kültürlerarası İletişim Araştırması. *Selçuk İletişim*, 7 (1), 65 – 82.
- Gramatica, Filippo. (2005). *Toplumsal Savunma İlkeleri*. (Çev. Sami Selçuk). (2. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Güçlü, Nezahat. (2003). Örgüt Kültürü. *Kırgızistan Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 147 – 159.
- Güleç, Banu. (2007). Reklamın Turistlerin Satın Alma Davranışları Bakımından İncelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (15), 127 – 159.
- Güllüoğlu, Özlem. (2013). Kayseri’de Hizmet Veren Özel İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Çatışma Faktörlerinin ve Çatışma Yönetimi Stratejilerinin Analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, E-ISSN: 2147-4524, 36, 193 – 219.
- Güney, Semra ve Nurmakhamatuly, Arman. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1), 62 – 87.
- Gürbüz, Ahmet. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji*, 5 (1-2), 49 – 59.
- Gürdoğan, Arzu ve Yavuz, Ercan. (2013). Turizm İşletmelerinde Örgüt Kültürü ve Liderlik Davranışı Etkileşimi: Muğla İli’nde Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1), 57 – 69.
- Gürel, Nil. (2011). Kişilik Psikolojisi, Önyargının Psikolojisi ve Kamuoyu: Gordon Allport ve Walter Lippmann’ın Görüşleri Çerçevesinde Bir Değerlendirme. *Ankyra: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (2), 101-135.

- Gürses, İbrahim. (2005). Önyargının Nedenleri. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 143 – 160.
- Güvenç, Bozkurt. (1993). *Antropoloji (İnsanbilim)*. (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Güvenç, Bozkurt. (1994). *İnsan ve Kültür*. (2. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güvenç, Bozkurt. (1996). *İnsan ve Kültür*. (7. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güvenç, Bozkurt. (2002a). *Kültürün ABC'si*. (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Güvenç, Bozkurt. (2002b). *İnsan ve Kültür*. (9. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güzel, F. Özlem ve Köroğlu, Özlem. (2013). Turistlerin Milliyet Bazında Davranış Kalıplarının ve Karakteristik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma. *14. Ulusal Turizm Kongresi, 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 449 – 473.
- Güzel, F. Özlem ve Köroğlu, Özlem. (2015). Turlarda Turistlerin Sergiledikleri Davranış Kalıplarının Belirlenmesi: Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4 (11), 1 – 22.
- Güzel, F. Özlem. (2007). *Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Halis, Muhsin, Şenkal, Abdülkadir ve Türkay, Oğuz. (2010). Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar. *Journal of Azerbaijani Studies*, (101112), 444 – 461.
- Hasanoğlu, Mürteza. (2004). Türk Kamu Yönetiminde Örgüt Kültürü ve Önemi. *Sayıştay Dergisi*, 52, 43 – 61.
- Hawkins, Peter. (1997). Organizational Culture: Sailing Between Evangelism and Complexity. *Human Relations*, 50 (4), 417 – 440.
- Heimton, Bente ve Jordan, Fiona. (2011). "Wish YOU Weren't Here!": Interpersonal Conflicts and the Touristic Experiences of Norwegian and British Women Travelling with Friends. *Tourist Studies*, 11 (3), 271 – 290.
- Helvacıoğlu, Nuray ve Özutku, Hatice. (2010). Kültürel Farklılıkların Yönetiminde İnsan Kaynakları Stratejilerinin Rolü: IKEA Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8 (1), 193 – 217.
- Hewstone, Miles ve Greenland, Katy. (2000). Inter-group Conflict. *International Journal of Psychology*, 35, 136 – 144.
- Hofstede, Geert. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills CA: Sage Publications.
- Hogg, Michael A. ve Vaughan, Graham M. (2007). Sosyal Psikoloji. (1. Baskı). (Çev. İbrahim Yıldız ve Aydın Gelmez). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Hsu, Shih-Yun, Woodside, Arch G ve Marshall, Roger. (2013). Critical Tests of Multiple Theories of Cultures' Consequences: Comparing the Usefulness of Models by Hofstede, Inglehart and Baker, Schwartz, Steenkamp, as well as GDP and Distance for Explaining Overseas Tourism Behavior. *Journal of Travel Research*, 52 (6), 679 – 704.

<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,90679/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2014-yi-.html>, Erişim Tarihi: 26.03.2015.

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072, Erişim Tarihi: 26.03.2015.

<http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>, Erişim Tarihi: 26.03.2015.

Hünerel, Zeliha Sarıkaya ve Er, Birnaz. (2012). Halk Kültürünün Tanıtılmasında El Sanatlarının Yeri ve Önemi. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 179 – 191.

Imamura, Makiko, Zhang, Yan Bing ve Harwood, Jake. (2011). Japanese Sojourners' Attitudes Toward Americans Exploring The Influences Of Communication Accommodation, Linguistic Competence, And Relational Solidarity In Intergroup Contact. *Journal of Asian Pacific Communication*, 21 (1), 103 – 120.

İmamoğlu, E. Olcay, Günaydın, Gül ve Selçuk, Emre. (2011). Özgün Benliğin Yordayıcıları Olarak Kendileşme ve İlişkililik: Cinsiyetin ve Kültürel Yönelimlerin Ötesinde. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26 (67), 27 – 43.

İnceoğlu, Metin. (2010). *Tutum Algı İletişim*. (5. Baskı). İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları, No: 69.

İslamoğlu, Güler, Birsal, Melek ve Börü, Deniz. (2007). Hofstede"İN Kadınsı- Erkeksi Boyutlarının Türk Kültürü İçerisinde Ölçümlenmesine Yönelik Bir Anket Geliştirme Çalışması. *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 688 – 693.

Jönsson, Cristina ve Devonish, Dwayne. (2008). Does Nationality, Gender, and Age Affect Travel Motivation? A Case of Visitors to the Caribbean Island of Barbados. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25 (3–4), 398 – 409.

Kan, Adnan ve Akbaş, Ahmet. (2005). Lise Öğrencilerinin Kimya Dersine Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 227 – 237.

Karaçor, Süleyman. (2007). İnternetin Uluslararası Pazarlamada Kültürel Farklılıkları Aşmada Rolü ve Etkisi: Konya'daki İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim*, 4 (4), 194 – 202.

Karagöz, Yalçın. (2010). *(SPSS 18'deki Cross Tabulation Menüünde Geçen) İlişki Katsayıları*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Karakaş Türker, Naime ve Turanlı, Necla. (2008). Matematik Eğitimi Derslerine Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28 (3), 17 – 29.

Karasar, Niyazi. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (18. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Karataş, Muhammed ve Ersoy, Aslı. (2012). Fransız Turistlerin Seyahat Amaçlarının Sosyal, Demografik ve Ekonomik Faktörler Açısından İncelenmesi: Antalya İli Örneği. *EUL Journal of Social Sciences*, 3 (2), 83 – 101.

Karcioğlu, Fatih, Kâhya, Cem ve Buzkan, Kemal. (2012). Çatışma Yönetim Stratejisinin Tahmin Edicileri Olarak Örgütsel Kültür Tipleri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (1), 77 – 92.

Kartarı, Asker. (2001). *Farklılıklarla Yaşamak-Kültürlerarası İletişim*. (1. Baskı). Ankara: Ürün Yayınları.

- Kasapoğlu, Aytül. (2005). *Değişen Toplumsal Yapıda Karakter*. (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Katz, Daniel ve Kahn L. Robert. (1977). *Örgütlerin Toplumsal Psikolojisi*. (1. Baskı). (Çev. Halil Can ve Yavuz Bayar). Ankara: TODAİE Yayını.
- Kavas, Erkan. (2013). Dini Tutum – Stresle Başa Çıkma İlişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 143 – 169.
- Kavoğlu, Samet. (2009). *Örgüt Kültürünün Çalışanlarda Tükenmişlik Duygusuna Etkisi ve Örnek Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Kaya, Harun. (2008). Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarının Örgütsel Kültürünün Analizi ve Kurum Kültürünün Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi: Görgül Bir Araştırma. *Maliye Dergisi*, 155 (Temmuz – Aralık), 119 – 144.
- Kaya, Yaşar. (2000). Sosyal Farklılaşma ve Çatışma Sürecinde Çalışma İlişkileri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 195–207.
- Keleş, Hatice Necla ve Kırıl Özkan, Tuğba. (2010). Liderlik, Kültür ve Performans Arasındaki İlişkinin Örgütsel Zeka Modelinden Hareketle İncelenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 65 – 71.
- Kıray, Mübeccel B. (2005). *Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. (1. Baskı). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kırel, Çiğdem. (1989). Anadolu Üniversitesinin Kültürel Yapısında Meydana Gelen Değişmeler. *AÜ İİBF Dergisi*, 7 (1), 349 – 367.
- Kocadaş, Bekir. (2005). Kültür ve Medya. *Bilig*, 2005 (34), 1 – 13.
- Kocaman, Serpil, Kocaman, Seyfettin ve Çakır, Neşe. (2012). Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürünün Örgütsel Çatışma Üzerine Etkileri: Alanya Bölgesinde Bir Araştırma. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 167 – 184.
- Koç, Erdoğan. (2008). Turizm İşletmelerinde Çatışma Yönetimi. Fevzi Okumuş ve Umut Avcı (Editörler). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koçakoğlu, Melih ve Türkmen, Lütfullah. (2010). Biyoloji Dersine Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 229 – 245.
- Koçel, Tamer. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. (9. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Koçoğlu, Merve. (2013). Bireycil - Toplumcul Örgüt Kültürü Algısı İle Bilgi Yönetimi Etkinliği Arasındaki İlişkide Algılanan Örgüt Desteğinin Aracılık Etkisi: Türkiye’de Bir Üniversitede Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 37 (Temmuz – Ağustos), 1 – 20.
- Korkmaz, Abdulkadir. (2009). *İnşaat Sektöründe Lisans Eğitimi ve Sonrasında Mesleki Kültürlerin Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Kozak, Metin ve Nield, Kevin. (1998). Importance-Performance Analysis and Cultural Perspectives in Romanian Black Sea Resorts. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9 (2), 99 – 116.

- Kozak, Metin. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations By Nationality and Destinations. *Tourism Management*, 23 (2002), 221 – 232.
- Kozak, Metin. (2001). Comparative Assessment of Tourist Satisfaction with Destinations Across Two Nationalities. *Tourism Management*, 22, 391 – 401.
- Kozak, Metin. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Özlem, Avcıkurt, Cevdet, Köroğlu, Ahmet ve Karaman, Sebahattin. (2007). The Effect of Professional Tourist Guides' Perceptions and Attitudes Towards Tourist Groups on Job Behavior Forms. *International Tourism Biennial*, April 30 – May 5, 651 – 659.
- Köse, Sevinç, Tetik, Semra ve Ercan, Cuma. (2001). Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler. *Yönetim ve Ekonomi*, 7 (1), 219 – 243.
- Krishnamurti, Juddi. (2012). *Çatışmak Üzerine*. (Çev. Nurgül Demirdöven ve Deniz Demirdöven). (3. Baskı). İstanbul: Ayna Yayınevi.
- Kunduz, Ceylan Özge. (2009). *An Exploration of The Predictors of Prejudice Among Students With And Without Headcover*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- Küçük, Salim. (2011). Kültürlerarası Öğrenme Üzerine Bir Kavram – Model Denemesi ve Türkçe Ders Kitapları. *Tubar*, 29, 227 – 261.
- Kümbetoğlu, Belkıs. (2012). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. (3. Baskı). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Künüçen, Hale ve Temel, Selçuk. (2007). Reklam Filmlerinde Kültürel Kodların Kullanımı: Coca - Cola Örneği. *VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi (SEMIO 07)*, İstanbul Kültür Üniversitesi, 29 Mayıs – 2 Haziran, İstanbul.
- Lamberton, Barbara, Fedorowicz, Jane ve Roohani, Saeed J. (2005). Tolerance for Ambiguity and IT Competency Among Accountants. *Journal of Information Systems*, 19, 75 – 95.
- Landauer, Mia, Haider, Wolfgang ve Pröbstl-Haider, Ulrike. (2013). The Influence of Culture on Climate Change Adaptation Strategies: Preferences of Cross-Country Skiers in Austria and Finland. *Journal of Travel Research*, 53 (1), 96 – 110.
- Lee, Moonkyu ve Ulgado, Francis M. (1997). Consumer Evaluations of Fast-Food Services: Across-National Comparison. *Journal of Services Marketing*, 11 (1), 39 – 52.
- Li, Mimi ve Cai, Liping A.. (2012). The Effects of Personal Values on Travel Motivation and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*, 51 (4), 473– 487.
- Limon, Birsen. (2012). Kültürel Değişim Sürecinde Popüler Kültür ve Kitsch Kavramı. *İdil*, 1 (3), 106 – 116.
- Lippmann, Walter. (1998). *Public Opinion: With a New Introduction by Micheal Curtis*. New Branswick and London: Transaction Publishers.
- Lo, Ada, S., Law, Rob ve Cheung, Catherine. (2011). Segmenting Leisure Travelers by Risk Reduction Strategies, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28 (8), 828 – 839.

- Lyons, Brent J. ve Brent A. Scott, (2012). Integrating Social Exchange and Affective Explanations for the Receipt of Help and Harm: A Social Network Approach, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 117, 66 – 79.
- Macit, Gamze. (2010). *İletişim Tarzları Üzerinde Kültürel Değerlerin Etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Magnini, Vincent P., Kara, Derya, Crotts, John C. ve Zehrer, Anita. (2012). Culture and Service-Related Positive Disconfirmations: An Application of Travel Blog Analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 18 (3), 251 – 257.
- Marshall, Gordon. (2003). *Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü). (1. Baskı). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mendras, Henri. (2009). *Sosyolojinin İlkeleri*. (Çev. Buket Yılmaz). (2. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Meshksar, Sahar. (2012). *A Comparative Study of HRM Practices Based on Hofstede Cultural Dimensions*. Unpublished Master Thesis, Eastern Mediterranean University Gazimağusa, North Cyprus.
- Meydan, Cem Harun, Polat, Mustafa. (2010). Liderin Güç Kaynakları Üzerine Kültürel Bağlamda Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65 (4), 123 – 140.
- Miller, Daniel A., Smith, Eliot R. ve Mackie, Diane M. (2004). Effects of Intergroup Contact and Political Predispositions on Prejudice: Role of Intergroup Emotions. *Group Processes & Intergroup Relations*, 7 (3), 221 – 237.
- Moustafa, Karen, Scotter, James R. Van ve Pakdil, Fatma. (2007). Kültür ve İletişim: Kültürel Farklar ve İletişim Araçlarının Algılanan Etkililiği. *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 822 – 823.
- Naumann, Stefanie E. ve Bennett, Nathan. (2002). The Effects of Procedural Justice Climate on Work Group Performance. *Small Group Research*, 33 (3), 361 – 377.
- Nawijn, Jeroen, Mitas, Ondrej, Lin, Yeqliang ve Kerstetter, Deborah. (2012). How Do We Feel on Vacation? A Closer Look at How Emotions Change over the Course of a Trip. *Journal of Travel Research*, 52 (2), 265 – 274.
- Newman, Karen ve Nollen, Stanley D. (1994). Culture Congruence: The Fit Between Management Practices and National Culture. *Journal of International Business Studies*, 27 (4), 753 – 779.
- Nişancı, Zehra Nuray. (2012). Toplumsal Kültür – Örgüt Kültürü İlişkisi ve Yönetim Üzerine Yansımaları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1279 – 1294.
- Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gilfidan. (2002). *Tüketici Davranışı*. (9. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan. (2003). *Tüketici Davranışı*. (3. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınevi.
- Oetzel, J, Meares, M ve Fukumoto, A. (2003). Cross-cultural and Intercultural Work Group Communication. R. Y. Hirokawa, R. S. Cathcart, L. A. Samovar ve L. D. Henman (Editörler). *Small Group Communication: Theory and Practise*. (1. Baskı). Los Angeles: Roxbury.

- Oğuz, Esin Sultan. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28 (2), 123 – 140.
- Okur, Alpaslan ve Keskin, Funda. (2013). Yabancılara Türkçe Öğretiminde Kültürel Öğelerin Aktarımı: İstanbul Yabancılar İçin Türkçe Öğretim Seti Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science*, 6 (2), 1619 – 1640.
- Onay, Atılım. (2012). Reklamlara Yönelik Tutumlar: Nitel Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (4), 51 – 67.
- Öğüt, Adem ve Kocabacak, Ayşe. (2008). Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 145 – 171.
- Öter, Zafer ve Özdoğan, Osman N. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk – Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 127 – 138.
- Öz, Fatma ve Hiçdurmaz, Duygu. (2012). Hemşirelik Öğrencilerinin Kişilerarası Çatışmaları Çözme Yaklaşımları. *Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Dergisi*, (2012), 1 – 15.
- Öz, Taygun. (2009). *Çok Uluslu Örgütler ve Şube Kültürleri Etkileşimi: Uygulamalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Özaydın, Betül. (2010). *Teknoloji Kültürü ve Etik*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Özdamar, Kazım. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (1. Baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, Aysun. (2006). *Farklı Örgüt Kültürü Olan İşletmelerde Zaman Yönetimi Üzerine Ampirik Bir Araştırma: Bursa İli Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Özdemir, Cevdet. (2009). Bir Kimlik Bunalımının Yansımaları: Recep İvedik Filminin Sosyolojik Analizi. 6. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Özdil, Tuncer, Yoğurtçu, Gökçe, Yoğurtçu, Kadir ve Ünal, Uğur. (2014). Girişimciliği Etkileyen Sosyo-Kültürel Değişkenler (Kırgızistan ve Türkiye'deki Üniversite Öğrencilerinin Görüşlerinin Karşılaştırmasına Dayalı Bir Araştırma). *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (9), 73 – 104.
- Özdipçiner, Nuray Selma. (2010). Yaşlı Alman Turistlerin Tatil Tatmini: Hastalık ve Çalışma Durumlarına İlişkin Bir Araştırma. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 2 (4), 25 – 41.
- Özel, Çağıl Hale. (2010). *Güdülere Dayalı Yerli Turist Tipolojisinin Belirlenmesi: İç Turizm Pazarına Yönelik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Özgür, Tuğba. (2007). *Kültürel Farklılıklar ve Yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Özkan, Recep. (2014). Administrative and Cultural Values Adopted by Primary School Teachers: Nigde Sample. *International Online Journal of Educational Sciences*, 6 (1), 198 – 213.

- Özmen, Fatma ve Aküzüm, Cemal. (2010). Okulların Kültürel Yapısı İçinde Çatışmalara Bakış Açısı ve Çatışma Çözümünde Okul Yöneticilerinin Liderlik Davranışları. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2 (2), 65 – 76, ISSN: 1309 -8012 (Online).
- Özmen, Fatma ve Aküzüm, Cemal. (2013). Okul Ortamında Kültürel Farklılıklardan Kaynaklanan Çatışmalar ve Çatışma Yönetimi Yaklaşımları – Alipaşa İlköğretim Okulu Örneği. *E – Journal of New World Sciences Academy*, 8 (4), 441 – 459.
- Özmen, Fatma, Aküzüm, Cemal ve Aküzüm, Leyla. (2011). Yönetici Görüşlerine Göre, Okul Mensuplarının Okullardaki Çatışma Sonuçlarına Yönelik Tavrı Alışları. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (2011), 86 – 100.
- Paolini, Stefania, Hewstone, Miles, Cairns, Ed ve Voci, Alberto. (2004). Effects of Direct and Indirect Cross-Group Friendships on Judgments of Catholics and Protestants in Northern Ireland: The Mediating Role of an Anxiety-Reduction Mechanism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 770 – 788.
- Parekh, Bihikku. (2002). *Çok Kültürlülüğü Yeniden Düşünmek*. (1. Baskı). (Çev. Bilge Tanrıseven). Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Pazarçık, Yener. (2013). Eğitim Olgusunun Yöneticilerin İş Görme Anlayışlarına Etkisi: Türkiye’de Yabancı Dilde Eğitim Veren Orta Eğitim Kurumları Mezunları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11 (21), 149 – 178.
- Penpece, Dilek. (2006). *Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Pettigrew, Thomas F. (1998). Intergroup Contact Theory. *Annual Review Psychology*, 49, 65 – 85.
- Pettigrew, Thomas F. ve Tropp, Linda R. (2008). How Does Intergroup Contact Reduce Prejudice? Meta-Analytic Tests of Three Mediators. *European Journal of Social Psychology*, 38, 922 – 934.
- Pizam, Abraham ve Sussmann, Silvia. (1995). Does Nationality Affect Tourist Behavior? *Annals of Tourism Research*, 22 (4), 901 – 917.
- Pizam, Abraham, Uriely, Natan ve Reichel, Arie. (2000). The Intensity of Tourist-host Social Relationship and Its Effects on Satisfaction and Change of Attitudes: The Case of Working Tourists in Israel. *Tourism Management*, 21 (2000), 395 – 406.
- Plant, E. Ashby ve Devine, Patricia G. (2003). The Antecedents and Implications of Interracial Anxiety. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 790 – 803.
- Polatoğlu, Cem. (2004). Örnek Olay I: Bir Rehber Gözü İle Turist Davranışları. *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2 (2), 23 – 25.
- Pratto, Felicia, Sidanius, Jim ve Levin, Shana. (2006). Social Dominance Theory And The Dynamics Of Intergroup Relations: Taking Stock And Looking Forward. *European Review Of Social Psychology*, 17, 271 – 320.
- Redmond, Brian Francis. (2013). Intergroup Theories (Integrated Threat, Social Identity and Social Dominance). [https://wikispaces.psu.edu/display/PSYCH484/8.+Intergroup+Theories+\(Integrated+Threat,+Social+Identity,+and+Social+Dominance\)](https://wikispaces.psu.edu/display/PSYCH484/8.+Intergroup+Theories+(Integrated+Threat,+Social+Identity,+and+Social+Dominance)), Erişim Tarihi: 20.10.2014.

- Reisinger, Yvette ve Crofts, John C. (2010). Applying Hofstede's National Culture Measures in Tourism Research: Illuminating Issues of Divergence and Convergence. *Journal of Travel Research*, 49 (2), 153– 164.
- Reisinger, Yvette ve Turner, Lindsay. (1997). Cross-Cultural Differences in Tourism: Indonesian Tourists in Australia. *Tourism Management*, 18 (3), 139–147.
- Reisinger, Yvette ve Turner, Lindsay. (1998a). Cross-Cultural Differences in Tourism: A Strategy For Tourism Marketers. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7 (4), 79 – 106.
- Reisinger, Yvette ve Turner, Lindsay. (1998b). Cultural Differences between Mandarin-Speaking Tourists and Australian Hosts and Their Impact on Cross-Cultural Tourist-Host Interaction. *Journal of Business Research*, 42, 175 – 187.
- Rızaoğlu, Bahattin ve Ayyıldız, Tuğrul. (2008). Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürü ve İş Tatmini: Didim Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (1), 7 – 20.
- Rızaoğlu, Bahattin. (2012). *Turizm Davranışı*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Richardson, Sarah L. ve Crompton, John. (1988). Vacation Patterns of French and English Canadians. *Annals of Tourism Research*, 15 (4), 430 – 448.
- Riek, Blake M., Mania, Eric W. ve Gaertner, Samuel L. (2006). Intergroup Threat and Outgroup Attitudes: A Meta-Analytic Review. *International Journal of Intercultural Relations*, 10, 336 – 355.
- Ritter, Wigand. (1987). Styles of Tourism in Modern World. *Tourism Recreation Research*, 12 (1), 3 – 8.
- Rosenbloom, Bert ve Larsen, Trina. (2003). Communication In International Business-To-Business Marketing Channels Does Culture Matter?. *Industrial Marketing Management*, 32, 309 – 315.
- Ruggiero, Vincent Ryan. (2013). *Sosyolojik Düşünme, Pratik Uygulama Kitabı*. (Çev. Ali Arslan). (1. Baskı). İstanbul: Alioğlu Matbaacılık.
- Ryan, Chris. (2002). Tourism and Cultural Proximity Examples from New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 952 – 971.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat ve Tüz, Melek. (2008). *Örgütsel Psikoloji*. (4. Baskı). Bursa: Alfa Aktüel Basım.
- Sağır, Adem. (2011). Kültürel Bütünleşme Bağlamında Antalya'nın Finike İlçesi'ne Yerleşen Turistlerin Sosyolojik Çözümlemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (1), 49 – 64.
- Salter, Stephen B. ve Niswander, Frederick. (1995). Cultural Influence On The Development of Accounting Systems Internationally: A Test Of Gray's [1988] Theory. *Journal of International Business Studies*, 26 (2), 379 – 397.
- Samovar, Larry A., Porter, Richard E. ve McDaniel, Edwin R. (2012). *Intercultural Communication*. (13th Edition). USA: PreMediaGlobal.
- Saraç, H. Sezgi ve Arıkan, Arda. (2010). Yabancı Dil Ders Kitaplarında Hedef Kültür Bilgisini İncelemede Kullanılabilecek Kontrol Listesi Uygulaması. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1 – 2), 45 – 56.

- Sargın, Nurten. (2010). Öğretmen Adaylarının Çatışma ve Şiddete İlişkin Farkındalık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 16 (4), 601 – 616.
- Schein, Edgar H. (1990). Organizational Culture. *American Psychologist Published*, 45 (2), 109 – 119.
- Scott, Brent A. ve Colquitt, Jason A. (2007). An Examination of Equity Sensitivity, Exchange Ideology, and The Big Five. *Group and Organization Management*, 32, 290 – 325.
- Sepetci, Tülin. (2012). Toplum Kültürünün Uygulanan Halkla İlişkiler Modellerine Etkisi: Türkiye'deki Devlet ve Vakıf Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 28 (7), 4722 – 4748.
- Seyfi, Tamer ve Çelik, Sabri. (2009). Küreselleşme – Kültür İlişkisinin Eğitim Örgütlerini Etkileme Biçimleri (Kayseri İli Örneği). *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27 (2), 279 – 310.
- Sezgin, Mete ve Ünüvar, Şafak. (2010). Kültürler Arası İletişimde Turizmin Önemi, Alternatif Turizm ve Pazar Olgusu. *Journal of Azerbaijani Studies*, <http://jhss-khazar.org/wp-content/uploads/2010/06/KULTURLER-ARASI-ILETISIMDE-TURIZMIN-ONEMI.pdf>, 392 – 404.
- Shenkar, Oded ve Ronen, Simcha. (1987). The Cultural Context of Negotiations: The Implication of Chinese Interpersonal Norms. *Journal of Applied Behavioral Science*, 23, 263 – 275.
- Sığrı, Ünsal ve Dinçer, Ayşe Pınar. (2013). İşletmelerdeki İstihdam Biçimleri ve Liderlik Tarzlarının Çatışma Yönetimi Tarzlarıyla Uyumlandırılmasına Yönelik Öneriler. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (18), 195 – 215.
- Sığrı, Ünsal ve Tıgılı, Mehmet. (2006). Hofstede'in "Belirsizlikten Kaçınma" Kültürel Boyutunun Yönetimsel – Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 21 (1), 327 – 343.
- Sığrı, Ünsal ve Topçu, Mustafa Kemal. (2012). Barış Gücü Operasyonlarında Kullanılan Kültürlerarası Bütünleştirme Yöntemlerinin Kültürel Boyutlar Bağlamında İncelenmesi: UNIFIL Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67 (1), 205 – 235.
- Sığrı, Ünsal. (2006). Japonların Kültürel Özellikleri Bağlamında; Yönetimsel, Ekonomik ve Sosyal Süreçlerinin Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (9), 29 – 47.
- Sidanius, Jim ve Pratto, Felicia. (1999). *Social Dominance, An Intergroup Theory of Social Hierarchy and Oppression*. (1. Published). UK: Cambridge University Press.
- Silah, Mehmet. (2002). *Sosyal Psikoloji*. (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Simmel, Georg. (2013). *Modern Kültürde Çatışma*. (Çev. Tanıl Bora, Nazile Kalaycı ve Elçin Gen). (9. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Slattery, Martin. (2012). *Sosyolojide Temel Fikirler*. (Çev. Özlem Balkız, Gülhan Demiriz, Hacer Harlak, Cevdet Özdemir, Şebnem Özkan ve Ümit Tatlıcan). (5. Baskı). Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Smith Peter B. ve Bond, Michael H. (1998). *Social Psychology Across The Cultures*. Great Britain: Prentice Hall Europe.

- Smith, Philip. (2001). Kültürel Kuram. (1. Baskı). (Çev. Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu). İstanbul: Babil Yayınları.
- Soares, Ana Maria, Farhangmehr, Mino ve Shoham, Aviv. (2007). Hofstede's Dimensions of Culture In International Marketing Studies. *Journal of Business Research*, 60 (3), 277 – 284.
- Sofyalıoğlu, Çiğdem ve Aktaş, Rabia. (2001). Kültürel Farklılıkların Uluslararası İşletmelere Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi*, 7 (1), 75 – 92.
- Sökmen, Alptekin ve Yazıcıoğlu, İrfan. (2005). Thomas Modeli Kapsamında Yöneticilerin Çatışma Yönetimi Stilleri Ve Tekstil İşletmelerinde Bir Alan Araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2005 (1), 1 – 19.
- Sönmez, Sevil F. ve Apostolopoulos, Yorghos. (2000). Conflict Resolution Through Tourism Cooperation? The Case of the Partitioned Island-State of Cyprus. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9 (3), 35 – 48.
- Stephan, Cookie White, Saito, Isamu ve Barnett, Shara Morrison. (1998). Emotional Expression in Japan and The United States: The Nonmonolithic Nature of Individualism and Collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29 (6), 728 – 748.
- Stephan, Cookie White, Stephan, Walter G., Demitrakis, Katherine M., Yamada, Ann M. ve Clason, Dennis L. (2000a). Women's Attitudes Toward Men: An Integrated Threat Theory Approach. *Psychology of Women Quarterly*, 24, 63 – 75.
- Stephan, W. G., Boniecki, K. A., Ybarra, O., Bettencourt, A., Ervin, K. S., Jackson, L. A., McNatt, P. ve Renfro, C. L. (2002). The Role of Threats in Racial Attitudes of Blacks and Whites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1242 – 1254.
- Stephan, Walter G. ve Renfro, L. (2002). The Role Of Threat In Intergroup Relations. In D. Mackie & E. Smith (Eds.). *From Prejudice To Intergroup Emotions: Differentiated Reactions To Social Groups* (ss. 265–283). New York: Psychology Press.
- Stephan, Walter G. ve Stephan, Cookie W. (1996). Predicting Prejudice. *International Journal of Intercultural Relations*, 20, 409 – 426.
- Stephan, Walter G., Diaz-Loving, Rolando ve Duran, Anne. (2000b). Integrated Threat Theory and Intercultural Attitudes: Mexico and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31 (2), 240 – 251.
- Stephan, Walter G., Ybarra, Oscar ve Bachman, Guy. (1999). Prejudice Toward Immigrants. *Journal of Applied Social Psychology*, 29 (11), 2221 – 2237.
- Stephan, Walter G., Ybarra, Oscar ve Morrison, Kimberly Rios. (2007). Intergroup Threat Theory. T. Nelson (Editör). *Handbook of Prejudice*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Susar Kırmızı, Fatma. (2012). Öğretmen Adaylarının Kitap Okuma Alışkanlığına Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume*, 7 (3), 2353 – 2366.
- Sussmann, Silvia ve Rashcovsky, Catherine. (1997). A Cross-Cultura Analysis of English and French Canadian's Vacation Travel Patterns. *International Journal of Hospitality Management*, 16 (2), 191 – 208.

- Sürgevil, Olca. (2008). Farklılık Kavramına ve Farklılıkların Yönetimine Temel Oluşturan Sosyo-Psikolojik Kuramlar ve Yaklaşımlar. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (20), 111-124.
- Şahin Fırat, Necla. (2010). Okul Müdürü ve Öğretmenlerin Okul Kültürü ile Değer Sistemlerine İlişkin Algıları. *Eğitim ve Bilim*, 35 (156), 71 – 84.
- Şahin, Ali. (2010). Örgüt Kültürü – Yönetim İlişkisi ve Yönetimsel Etkinlik. *Maliye Dergisi*, 159 (Temmuz – Aralık), 21 – 36.
- Şahin, Faruk. (2011a). İşe Devamsızlığın Nedenleri, Sonuçları ve Örgütler İçin Önemi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4 (1), 24 – 39.
- Şahin, Kamil. (2011b). Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon. *Sosyal Bilimler*, 1 (1), 243 – 277.
- Şahin, Seda. (2012). *Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus Turistlerin Algılamaları*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Şekerli, Eyüp Bayram ve Gerede, Ender. (2011). Kültürün EKY'ye Etkileri ve Türk Pilotların Hofstede Kültür Boyutları Açısından Durumları. *"İş Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13 (1), 17 – 38.
- Şimşek, M. Şerif, Akgemici, Tahir ve Çelik, Adnan. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Şişman, Mehmet. (1996). Yönetim Kuramı ve Kültürlerarası Farklılaşma Açısından Yönetim Uygulamaları. *Eğitim Yönetimi*, 2 (2), 1 – 14.
- Şişman, Mehmet. (2007). *Örgütler ve Kültürler – Örgüt Kültürü*. (2. Baskı). Ankara: Pegem A Yayınları.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Müfettişliği. (2005). *Almanya'nın Turizm Potansiyeli ve Alman Turistlerin Seyahat Motivasyonları Raporu*, 1 – 33, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/1265,ertankurtpdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 05.09.2014.
- Talas, Mustafa ve Yalçınkaya, Elvan. (2013). Girişimcilik Kültürü (Niğde Koyunlu Örneği). *Uluslararası Katılımlı 7. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Yeni Toplumsal Yapılanmalar: Geçişler, Kesişmeler, Sapmalar*, 02 – 05 Ekim, Muğla, 675 – 682.
- Tanrıbilir Özgül, Ruşen ve Şen, Erdal. (2005). Kültürlerarası İletişim ve Öteki Kavramının Günümüz Dünyasında Yeri ve Önemi. *Journal of İstanbul Kültür University*, 2005 (1), 129 – 137.
- Tavşancıl, Ezel. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Tayep, Monir H. (1994). Organizations and National Culture: Methodology Considered. *Organization Studies*, 15 (3), 429 – 446.
- Taysumov, Dzhabrail. (2010). *Türkiye Rusya Arasında Tatil Turizmi: Rus Turistlerin Türkiye'yi Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Tazebay, İlkden ve Akpınar, Nevin. (2010). Türk Kültüründe Bahçe. *Bilgi*, Yaz 2010 (54), 243 – 253.

- Tekin, Vasfi Nadir. (2009). *SPSS Uygulamalı İstatistik Teknikleri*. (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tischler, Henry, L. (2013). *Introduction to Sociology*. (11th Edition). Wadsworth Publishing Co Inc.
- Tjosvold, Dean ve Huston, Ted L. (1978). Social Face and Resistance to Compromise in Bargaining. *Journal of Social Psychology*, 104, 57-68.
- Tolan, Barlas. (2005). *Sosyoloji*. (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Topaloğlu, Cafer ve Boylu, Yasin. (2006). Örgütiçi Çatışmaların Türleri: Otel İşletmeleri Açısından Ayrıntılı Bir İnceleme. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2006 (16), 1 – 27.
- Triandis, Harry C. (1996). The Psychological Measurement of Cultural Syndromes. *American Psychologist*, 51 (4), 407 – 415.
- Trompenaars, Fons ve Hampden-Turner, Charles. (1997) *Riding The Waves of Culture*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Tuna, Muammer ve Özbek, Çağlar. (2012). *Yerlileşen Yabancılar, Güney Ege Bölgesi'nde Göç, Yurttaşlık ve Kimliğin Dönüşümü*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tuna, Muammer, Şen, Hasan ve Durdu, Zafer. (2011). *Modern Toplumun İnşası (Tarihsel ve Sosyolojik Bir Perspektif)*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tuna, Muammer. (2007). *Turizm, Çevre ve Toplum*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Turner, Jonathan H. (1991). *The Structure of Sociological Theory*. (5. Baskı). (Çev. Ümit Tatlıcan). Wadsworth Publishing Company.
- Türk Dil Kurumu. (2015).
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.53c05ab28f54d4.64776993, Erişim Tarihi: 12.07.2015.
- Türkkahraman, Mimar ve Tutar, Hüseyin. (2009). Sosyal Değişme, Bütünleşme ve Çözülme Bağlamında Toplumda Farklı Kültür ve Anlayışların Yeri ve Önemi. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 1 – 16.
- Uluçınar Türkel, Asuman. (2000). *Toplam Kalite Bağlamında Grup Dinamiği ve Çatışma Yönetimi*. (1. Baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urry, John. (2009). *Turist Bakışı*. (Çev. Enis Tataroğlu ve İbrahim Yıldız). (1. Baskı). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Usal, Alparslan ve Aslan, Zeynep. (1995). *Davranış Bilimleri, Sosyal Psikoloji*. (1. Baskı). İzmir: Barış Yayınları.
- Uslu, Osman ve Ardiç, Kadir. (2013). Güç Mesafesi Örgütsel Güveni Etkiler mi?. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 15 (2), 313 – 339.
- Ünal, Aylin ve Çelik, İhsan Taylan. (2008). Çalışma Ahlakı Üzerine Kültürlerarası Bir Araştırma. *İş Ahlakı Dergisi*, 1 (2), 39 – 60.
- Ünal, Sevtap. (2008). *İçgüdüsel Alışveriş*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Üngüren, Engin. (2008). Örgütsel Çatışma Yönetimi Üzerine Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (5), 880 – 910.
- Ünlü, İhsan. (2012). İlköğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin Kültür Algılarının İncelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 13 (1), 77 – 92.
- Ünver, Özkan, Gamgam, Hamza, Altunkaynak, Bülent. (2013). *Temel İstatistik Yöntemler, Hipotez Testi – İlişki Katsayıları – Regresyon Analizi*. (7. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Üsküdar, Şerife, Çakır, Mustafa ve Temizkan, Pınar. (2014). Yerli Turistlerin Eskişehir'in Kültür Turizmine İlişkin Algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (2), 67 – 76.
- Üstüner, Mehmet. (2006). Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Kış (45), 109 – 127.
- Ward, Colleen ve Berno, Tracy. (2011). Beyond Social Exchange Theory Attitudes Toward Tourists. *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1556 –1569.
- Ward, Colleen ve Masgoret, Anne-Marie. (2008). Attitudes Toward Immigrants, Immigration and Multiculturalism in New Zealand: A Social Psychological Analysis. *International Migration Review*, 42, 222 – 243.
- Wasti, Arzu ve Eser Erdil, Selin. (2007). Bireycilik ve Toplulukçuluk Değerlerinin Ölçülmesi: Benlik Kurgusu ve INDCOL Ölçeklerinin Türkçe Geçerlemesi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7 (1 – 2), 39 – 66.
- Wasti, Arzu ve Eser, Selin. (2007). Bireycilik ve Toplulukçuluk Değerlerinin Ölçülmesi: SCS ve INDCOL Ölçeklerinin Türkçe Geçerlemesi. *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 251 – 258.
- Witt, Stephen F. (1980). An Econometric Comparison of UK and German Foreign Holiday Behaviour. *Managerial and Decision Economics*, 1 (3), 123 – 131.
- Yagi, Chemi. (2001). How Tourists See Other Tourists: Analysis of Online Travelogues. *The Journal of Tourism Studies*, 12 (2), 22 – 31.
- Yagi, Chemi. (2003). *Tourist Encounters with Other Tourists*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, James Cook University, Australia.
- Yağbasan, Mustafa. (2009). Kültürlerarası İletişim ve Diyalogun Almanya Özelinde Analizi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4 (1), 113 – 137, Article Number: 4C0006 ISSN:1306–3111.
- Yağmur, Kutlay. (2013). Kültürel Değerler Yaşamın Her Alanını Şekillendirir. *Die Gaste*, 28 (Eylül – Ekim), 9.
- Yaktıl Oğuz, Gürsel. (2002). Kültürlerarası İletişimde Engeller Bir Örnek Çözümleme: Savulun Battal Gazi Geliyor. *Kurgu Dergisi*, 19, 25-33.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yelkikalan, Nazan. (2006). Aile Şirketlerinde Çatışma ve Bir Çözüm Önerisi: Stratejik Planlama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12) 2006/2, 195–209.

- Yelođlu, Hakkı Okan. (2011). Türk Toplumsal Kùltürünün Örgüt Yapılarına Olan Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), 153 – 171.
- Yeşil, Salih. (2009). Kùltürel Farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kùltürel Zekâ. *KMU İİBF Dergisi*, 11 (16), 100 – 132.
- Yeşil, Salih. (2012). Türkiye'nin Ulusal Kùltürel Özellikleri ve Yenilikçilik Potansiyeli Arasındaki İlişki Açısından Bir Değerlendirme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (17), 33 – 62.
- Yeşilyurt Gündüz, Zuhal. (2011). Almanya'daki Türkiye Kökenli Göçmenlerin Sağlık Durumları: "Göç Hasta Eder"den "Göç Sağlığa İyi Gelir"e Geçiř İçin Öneriler. Erol Esen ve Zeliha Yazıcı (Editörler). *Onlar Bizim Hemşehrimiz Uluslararası Göç ve Hizmetlerin Kùltürlerarası Açılımı*. (1. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Yıldırım, Cemal. (2011). *Bilim Felsefesi*. (15. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yıldırım, Mustafa ve Tayfun, Ahmet. (2010). Turistlerin Tüketim Davranışları Kùltüre / Milliyete Göre Farklılık Gösterir mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Business Research (İşletme Araştırmaları Dergisi)*, 2 (2010), 43 – 64.
- Yıldız, Süleyman. (2006). Türk ve Alman Toplumlarında Kùltürel İlişkiler, İmgeler ve Medya. *Milli Folklor*, 18 (72), 37-46.
- Yılmaz, Fatih ve Göçen, Selin. (2013). Sınıf Öđretmeni Adaylarının Kùltürlerarası Duyarlılık Hakkındaki Görüşlerinin Farklı Deđerkenlere Göre İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (15), 373 – 393.
- Yu, Jiyun ve Lee, Timothy Jeonglyeol. (2014). Impact of Tourists' Intercultural Interactions. *Journal of Travel Research*, 53 (2), 225 – 238.
- Yurdigül, Yusuf ve Zinderen, İ. Ethem. (2014). Marjinal Bir Kimliğin İzdüşümü Olarak Eşcinselliğin TV Haberlerinde Sunumu. Huriye Kuruoğlu ve Bermal Aydın (Editörler). *Toplumsal Cinsiyet ve Medya*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurtseven, H. Rıdvan, Erkul, Hüseyin ve Kekeç Morkoç, Dilek. (2013). *Örneklerle Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksel, Öznur. (2006). *Davranış Bilimleri*. (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Yürür, şenay. (2009). Yöneticilerin Çatışma Yönetim Tarzları ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizine Yönelik Bir Araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10 (1), 23 – 43.
- Zeppel, Heather. (2010). Managing Cultural Values in Sustainable Tourism: Conflicts in Protected Areas. *Tourism and Hospitality Research*, 2010 (10), 93 – 104.
- Zeria, Aziz. (2011). Kùltürel İşbirliğinde Çok Kùltürlülük ve Kùltürlerarası İletişim. (Çev. Pınar Derya Dođruyol). Erol Esen ve Zeliha Yazıcı (Editörler). *Onlar Bizim Hemşehrimiz Uluslararası Göç ve Hizmetlerin Kùltürlerarası Açılımı*. (1. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

EK-1 TÜRKÇE ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalında yürütülmekte olan "Kültürlerarası Turist Tutumları: Bütünleşik Tehdit Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma" isimli doktora tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin bilgileri kesinlikle gizli tutulacaktır ve herhangi bir ticari amaçla kullanılmayacaktır. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
Balıkesir Üniversitesi

Öğr. Gör. Gencay SAATCI
Uludağ Üniversitesi

Bu bölümde, görüşünüzü açıklayan seçeneğin önüne lütfen (X) işareti koyunuz.					
5	4	3	2	1	
5. Kesinlikle Katılıyorum					
4. Katılıyorum					
3. Az Katılıyorum					
2. Katılmıyorum					
1. Kesinlikle Katılmıyorum					
GERÇEKÇİ TEHDİTLER					
1. Almanlar/Ruslar, dünyada çok fazla iktidar mevkiine sahiptir.					
2. Almanlar/Ruslar, dünya siyasetine çok fazla hâkimdir.					
3. Almanlara/Ruslara otellerde ayrımcılık yapılıyor.					
4. Almanların/Rusların ekonomik gücü çok fazladır.					
5. Almanların/Rusların bulunmadığı alanlarda kendimi güvende hissediyorum.					
6. Otel çalışanları Almanlara/Ruslara, olması gerekenden fazla hoşgörülü davranıyor.					
7. Almanların/Rusların buldukları ortamlarda suç oranları artar.					
8. Almanlar/Ruslar, otelin sosyal refah seviyesinin azalmasına neden oluyorlar.					
9. Almanlar/Ruslar, otelin ortak kullanım alanlarında öncelikli olmak istiyorlar.					
10. Almanlar/Ruslar yoğun olarak buldukları otelleri olumsuz etkilemektedirler.					
SEMBOLİK TEHDİTLER					
1. Almanlar ile Ruslar birbirlerinden çok farklı değer yargılarına sahiptirler.					
2. Almanlar/Ruslar, Rusların/Almanların dünya görüşlerine saygı göstermekten çekinirler.					
3. Almanlar ile Rusların birbirlerinden farklı aile değerleri vardır.					
4. Almanlar/Ruslar, geleneklerine Ruslardan/Almanlardan daha fazla değer verirler.					
5. Almanlar/Ruslar, ahlaki yönden Ruslara/Almanlara göre kendilerini üstün sayıyorlar.					
6. Almanlar/Ruslar, Ruslara/Almanlara saygısız davranıyorlar.					
7. Almanların/Rusların, aile ilişkileri zayıftır.					
8. Almanların/Rusların çocuk yetiştirme tarzları zayıftır.					
9. Almanların/Rusların kültürel değerleri otelin atmosferine zarar vermektedir.					
10. Almanların/Rusların yaşam tarzları otelin genel ortamını olumsuz etkilemektedir.					
OLUMSUZ YARGILAR					
1. Almanlar/Ruslar bencildir.					
2. Almanlar/Ruslar hilekârdır.					
3. Almanlar/Ruslar soğuktur.					
4. Almanlar/Ruslar önyargılıdır.					
5. Almanlar/Ruslar kabadır.					
6. Almanlar/Ruslar korkaktır.					
7. Almanlar/Ruslar tembeldir.					
8. Almanlar/Ruslar yalancıdır.					
9. Almanlar/Ruslar güdümlüdür.					
10. Almanlar/Ruslar laubalidir.					
GRUPLARARASI KAYGI					
1. Almanlar/Ruslar tarafından aşağılandım.					
2. Almanlar/Ruslar tarafından hakarete uğradım.					
3. Almanlar/Ruslar benimle dalga geçti.					
4. Almanlar/Ruslar tarafından dışlandım.					
5. Almanlar/Ruslar tarafından tacize uğradım.					
6. Almanlar/Ruslar tarafından küçük düşürüldüm.					
7. Almanlar/Ruslar tarafından eleştirildim.					
8. Almanlar/Ruslar tarafından tehdit edildim.					
9. Almanlar/Ruslar tarafından sözlü tacize uğradım.					
10. Almanlar/Ruslar tarafından fiziksel zarara uğradım.					
GRUPLARARASI ÖNYARGI					
1. Almanlar ile Rusların birbirleriyle ilişkileri her zaman önyargı ile değerlendirilmiştir.					
2. Almanlar ile Rusların sorunlu bir geçmişi vardır.					
3. Her zaman görünür olmasa da Almanlar ile Rusların arasında süregelen bir çatışma vardır.					
4. Almanlar ile Ruslar her zaman geçinmekte zorlanmışlardır.					
5. Almanların/Rusların buldukları otellerde genellikle sorun yaşanmaktadır.					

EK-1 DEVAM**Demografik Sorular**

1. Cinsiyetiniz? <input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Diğer	2. Medeni Durumunuz? <input type="checkbox"/> Evli <input type="checkbox"/> Bekâr <input type="checkbox"/> Diğer	3. Yaşınız? <input type="checkbox"/> 24 yaş ve altı <input type="checkbox"/> 25 – 34 yaş arası <input type="checkbox"/> 35 – 44 yaş arası <input type="checkbox"/> 45 – 54 yaş arası <input type="checkbox"/> 55 yaş ve üzeri
4. Eğitim Durumunuz? <input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Ortaöğretim <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans / Doktora	5. Çocuk Durumu ve Sayısı <input type="checkbox"/> Yok <input type="checkbox"/> Var	
6. Mesleğiniz? <input type="checkbox"/> Memur, İşçi (ücretli bir işte çalışıyorum) <input type="checkbox"/> Serbest (Avukat, Eczacı, Mühendis vb.) <input type="checkbox"/> İşveren (Tüccar) <input type="checkbox"/> Emekli <input type="checkbox"/> İşsiz <input type="checkbox"/> Öğrenci <input type="checkbox"/> Ev hanımı <input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz).....	7. Ortalama Aylık Geliriniz? <input type="checkbox"/> Çok düşük <input type="checkbox"/> Düşük <input type="checkbox"/> Orta <input type="checkbox"/> Yüksek <input type="checkbox"/> Çok yüksek	
8. Tatile kiminle geldiniz? <input type="checkbox"/> Bireysel <input type="checkbox"/> Arkadaş grubu <input type="checkbox"/> Ailem <input type="checkbox"/> Partnerim <input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz).....	9. Antalya'da kalınan gün sayısı? <input type="checkbox"/> 1 – 3 gün <input type="checkbox"/> 4 – 6 gün <input type="checkbox"/> 7 – 9 gün <input type="checkbox"/> 10 günden fazla	
10. Daha önce uluslararası bir seyahate katıldınız mı? <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> 1 defa <input type="checkbox"/> 2 defa <input type="checkbox"/> 3 defa <input type="checkbox"/> 4 defa <input type="checkbox"/> 5 ve daha fazla	11. Daha önce hiç Antalya'da bulundunuz mu? <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> 1 defa <input type="checkbox"/> 2 defa <input type="checkbox"/> 3 defa <input type="checkbox"/> 4 defa <input type="checkbox"/> 5 ve daha fazla	
12. Almanlar/Ruslar ile iletişim kurmaktan kaçınır mısınız? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır		
13. Daha önce Alman/Rus bir tanıdığınız oldu mu? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır		
14. Almanların/Rusların birbirine benzer tutuma sahip olduğunu düşünüyor musunuz? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır		

EK-2 ALMANCA ANKET FORMU

Sehr geehrte/r Teilnehmer/in,
Diese Umfrage wird von der Balıkesir Universität, Institut für Soziale Wissenschaften, Hauptfach für Tourismus-Betriebslehre und Gastronomie durchgeführt. Die Umfrage ist Teil einer Doktor-Arbeit über: **"Interkulturelles Touristen Verhalten: Eine Forschung im Rahmen der integrierten Bedrohungs-Theorie"** Ihre Angaben bleiben anonym und werden streng vertraulich behandelt und nicht für kommerzielle Zwecke verwendet. Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
Balıkesir Universität

Lehrbeauftragte Gencay SAATCI
Uludağ Universität

Markieren Sie Ihre Antwort (X) bitte in der vorgesehenen Zeile. 5. Ich Stimme voll zu 4. Ich Stimme Zu 3. Ich Stimme teilweise zu 2. Ich stimme nicht zu 1. Ich stimme überhaupt nicht zu	5	4	3	2	1
REALISTISCHE BEDROHUNGEN					
1. Russland hat auf der Welt eine zu große Machtposition.					
2. Die Russen dominieren die Weltpolitik (zu stark).					
3. Russen werden von den Hotels diskriminiert.					
4. Die Russen haben sehr viel wirtschaftliche Macht.					
5. Ich fühle mich Sicherer, an Orten an denen sich Russen nicht befinden.					
6. Die Hotelangestellten handeln gegen die Russen toleranter als es sein sollte.					
7. Die Kriminalitätsrate steigt, in den Umgebungen wo sich die Russen befinden.					
8. Die Russen mindern die soziale Wohlfahrt Niveau in dem Hotel.					
9. Die Russen wollen Priorität in den öffentlichen Bereichen des Hotels.					
10. Russen beeinflussen die Hotels negativ, in denen sie in der Mehrzahl sind.					
SYMBOLISCHE BEDROHUNGEN					
1. Die Russen und Deutschen haben sehr unterschiedliche Werte voneinander.					
2. Die Russen halten sich davon ab, die Weltansicht der Deutschen zu respektieren.					
3. Die Russen und Deutschen haben verschiedene Familienwerte voneinander.					
4. Die Deutschen geben mehr Wert zu ihren Traditionen als die Russen.					
5. Die Russen halten sich für besser, in der Hinsicht von moralischen Aspekten als die Deutschen.					
6. Russen behandeln Deutsche respektlos.					
7. Die Familienbeziehungen der Russen sind schwach.					
8. Der Russen haben schlechte Erziehungsmethoden für ihre Kinder.					
9. Die Kulturelle Werte der Russen, beschädigt das Ambiente des Hotels.					
10. Der Lifestyle der Russen beeinflusst die allgemeine Atmosphäre des Hotels, negativ.					
NEGATIVE MEINUNGEN					
1. Die Russen sind egoistisch.					
2. Die Russen sind betrügerisch.					
3. Die Russen sind kalt. (im Benehmen)					
4. Die Russen handeln Vorgefasst.					
5. Die Russen sind unhöflich.					
6. Die Russen sind Feiglinge.					
7. Die Russen sind faul.					
8. Die Russen sind Lügner.					
9. Die Russen sind laut.					
10. Die Russen sind indiskret.					
BESORGNISSE ZWISCHEN DEN GRUPPEN					
1. Ich wurde von den Russen gedemütigt.					
2. Ich wurde von den Russen beleidigt.					
3. Die Russen haben sich über mich lustig gemacht.					
4. Ich wurde von den Russen ausgeschlossen.					
5. Ich wurde von den Russen belästigt.					
6. Ich wurde von den Russen gedemütigt.					
7. Ich wurde von den Russen kritisiert.					
8. Ich wurde von den Russen bedroht.					
9. Ich wurde von den Russen verletzt (seelisch → aufgrund von Beleidigungen).					
10. Ich wurde von den Russen verletzt (körperlich).					
INTERGRUPPEN-VERZERRUNG					
1. Die Beziehungen zwischen den Deutschen und Russen wurde immer als Verzerrung definiert.					
2. Die Russen und die Deutschen haben eine Problematische Geschichte.					
3. Obwohl es nicht immer merkbar ist, gibt es ein ständiger Konflikt zwischen den Deutschen und Russen.					
4. Die Russen und die Deutschen fanden es schon immer schwierig, sich zu Vertragen.					
5. Es gibt öfter Ausgabe in Hotels in denen sich Russen befinden.					

Bitte auf der Rückseite fortsetzen

Demographische Fragen

1. Ihr Geschlecht? <input type="checkbox"/> Männlich <input type="checkbox"/> Weiblich <input type="checkbox"/> Andere	2. Ihr Familienstand? <input type="checkbox"/> Verheiratet <input type="checkbox"/> Ledig <input type="checkbox"/> Andere	3. Ihr Alter? <input type="checkbox"/> 24 Jahre und jünger <input type="checkbox"/> 25 bis 34 Jahre <input type="checkbox"/> 35 bis 44 Jahre <input type="checkbox"/> 45 bis 54 Jahre <input type="checkbox"/> 55 Jahre und älter
4. Ihre Ausbildung? <input type="checkbox"/> Grundschule <input type="checkbox"/> Gymnasium / Mittelschule / Berufsschule <input type="checkbox"/> Universität <input type="checkbox"/> Magister/Doktorgrad	5. Kinder (wenn ja, wie viele)? <input type="checkbox"/> Keine <input type="checkbox"/> Ja (bitte angeben)	
6. Ihr Beruf? <input type="checkbox"/> Beamter/in , Beschäftigter (Ich arbeite in einem bezahlten Job) <input type="checkbox"/> Selbstständig (Anwälte, Apotheker, Ingenieure etc.) <input type="checkbox"/> Arbeitgeber (Händler/Firmeninhaber) <input type="checkbox"/> Rentner/in <input type="checkbox"/> Arbeitslos <input type="checkbox"/> Schüler/in; Student/in <input type="checkbox"/> Hausfrau <input type="checkbox"/> Andere (bitte angeben)		7. Ihr Durchschnittliches Monatseinkommen? <input type="checkbox"/> Sehr Niedrig <input type="checkbox"/> Niedrig <input type="checkbox"/> Mittelmäßig / Mittel <input type="checkbox"/> Hoch <input type="checkbox"/> Sehr Hoch (Bitte angeben) €
8. Mit wem sind Sie in den Urlaub gekommen? <input type="checkbox"/> Alleine <input type="checkbox"/> Mit einer Freunden-Gruppe <input type="checkbox"/> Mit meiner Familie <input type="checkbox"/> Mit meinem/er Partner/in <input type="checkbox"/> Andere (bitte angeben)		9. Die Anzahl der Tage ihres Aufenthalts in Antalya? <input type="checkbox"/> 1-3 Tage <input type="checkbox"/> 4-6 Tage <input type="checkbox"/> 7-9 Tage <input type="checkbox"/> Mehr als 10 Tage
10. Haben Sie vorher an einer internationalen Reise teilgenommen? <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> 1 Mal <input type="checkbox"/> 2 Mal <input type="checkbox"/> 3 Mal <input type="checkbox"/> 4 Mmal <input type="checkbox"/> 5 Oder Mehr		11. Waren Sie vorher schon mal in Antalya? <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> 1 Mal <input type="checkbox"/> 2 Mal <input type="checkbox"/> 3 Mal <input type="checkbox"/> 4 Mal <input type="checkbox"/> 5 Oder Mehr
12. Halten Sie sich ab von der Kommunikation mit den Russen? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein		
13. Haben Sie schon einmal Russen kennen gelernt? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein		
14. Glauben Sie, dass alle Russen ähnliche Verhaltung haben? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein		

EK-3 RUSÇA ANKET FORMU

Уважаемый участник,

Эта анкета была подготовлена с целью сбора данных для докторской диссертации под названием «Межкультурные отношения туристов: Исследование в рамках интегрированной теории угроз», Балыкесирский университет Институт социальных наук Кафедра туризма и гостиничного дела. Данные людей, участвующих в опросе, строго конфиденциальны и не будут использоваться в коммерческих целях. Благодарим за Ваше участие.

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
Балыкесирский университет

Öğr. Gör. Gency SAATCI
Улудагский университет

В этом разделе, поставьте знак (X) перед предложением, отображающим Ваше видение					
5. Полностью согласен с этим	5	4	3	2	1
4. Согласен с этим					
3. Согласен, но не совсем					
2. Не согласен с этим					
1. Совершенно не согласен					
РЕАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ					
1. Немцы в мире занимают очень высокий статус.					
2. Немцы доминируют в мировой политике.					
3. У немцев в отелях привилегированный статус.					
4. У немцев очень сильная экономика.					
5. Я чувствую себя безопасно в местах, где нет немцев.					
6. Персонал отелей относится к немцам более терпеливо, чем нужно.					
7. В местах нахождения немцев уровень преступности увеличивается.					
8. Немцы становятся причиной снижения уровня социального благополучия отеля.					
9. Немцы хотят быть центром внимания в зонах общественного пользования отеля.					
10. Большое скопление немцев негативно влияет на отели.					
СИМВОЛИЧЕСКИЕ УГРОЗЫ					
1. Ценности русских и немцев очень отличаются друг от друга.					
2. Немцы не испытывают уважения к мировоззрению русских.					
3. Семейные ценности русских и немцев очень отличаются друг от друга.					
4. Русские уважают традиции больше, чем немцы.					
5. В плане моральности, немцы себя ставят выше русских.					
6. Немцы неуважительно относятся к русским.					
7. У немцев слабые семейные связи.					
8. У немцев слабые манеры воспитания детей.					
9. Культурные ценности немцев наносят вред атмосфере отеля.					
10. Образ жизни немцев негативно влияет на общую атмосферу отеля.					
НЕГАТИВНЫЕ УМОЗАКЛЮЧЕНИЯ					
1. Немцы эгоистичны.					
2. Немцы мошенники.					
3. Немцы холодные.					
4. Немцы предвзятые.					
5. Немцы грубые.					
6. Немцы трусливы.					
7. Немцы ленивые.					
8. Немцы лгуны.					
9. Немцы шумные.					
10. Немцы развязные.					
МЕЖГРУППОВЫЕ ТРЕВОГИ					
1. Я испытал унижение/пренебрежение со стороны немцев.					
2. Немцы меня оскорбили.					
3. Немцы надо мной подшутили.					
4. Я испытал пренебрежение со стороны немцев.					
5. Немцы причинили мне беспокойство.					
6. Я был унижен немцами.					
7. Я был подвергнут критике со стороны немцев.					
8. Немцы мне угрожали.					
9. Немцы докучали мне словесно.					
10. Немцы причинили мне физический вред.					
МЕЖГРУППОВОЙ СМЕЩЕНИЯ					
1. Отношения между русскими и немецком всегда характеризуется как предвзятости.					
2. У русских и немцев было проблемное прошлое.					
3. Существует всегда предрассудок продолжается между немцами и русскими не видны.					
4. Русские и немцы всегда трудно уживались.					
5. Обычно есть отель Немцы в, есть предрассудки .					

Демографические вопросы

Демографические вопросы

1. Ваш пол? <input type="checkbox"/> Мужчина <input type="checkbox"/> Женщина <input type="checkbox"/> Другое	2. Ваше семейное положение? <input type="checkbox"/> В браке <input type="checkbox"/> Не замужем/Холост <input type="checkbox"/> Другое	3. Ваш возраст? <input type="checkbox"/> до 24 лет <input type="checkbox"/> 25 – 34 лет <input type="checkbox"/> 35 – 44 лет <input type="checkbox"/> 45 – 54 лет <input type="checkbox"/> 55 лет и выше
4. Уровень образования? <input type="checkbox"/> Среднее <input type="checkbox"/> Лицей <input type="checkbox"/> ВУЗ <input type="checkbox"/> Доктор / наук	5. Наличие детей и их кол-во <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> Есть (Укажите).....	
6. Род занятий? <input type="checkbox"/> Государственный служащий, рабочий (я работаю на оплачиваемой работе) <input type="checkbox"/> Работа на себя (адвокат, аптекарь, инженер и тп.) <input type="checkbox"/> Работодатель (Коммерсант) <input type="checkbox"/> Пенсионер <input type="checkbox"/> Безработный <input type="checkbox"/> Студент <input type="checkbox"/> Домохозяйка <input type="checkbox"/> Другое (Укажите).....		7. Ваш среднемесячный доход? <input type="checkbox"/> Очень низкий <input type="checkbox"/> Низкий <input type="checkbox"/> Средний <input type="checkbox"/> Высокий <input type="checkbox"/> Очень высокий (Укажите)..... рубль
8. С кем Вы приехали в отпуск? <input type="checkbox"/> Один <input type="checkbox"/> С друзьями <input type="checkbox"/> С семьей <input type="checkbox"/> С партнером <input type="checkbox"/> Другое (Укажите).....	9. Сколько осталось дней пребывания в Анталии? <input type="checkbox"/> 1 – 3 дня <input type="checkbox"/> 4 – 6 дней <input type="checkbox"/> 7 – 9 дней <input type="checkbox"/> больше 10	
10. Вы раньше уже ездили за границу? <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> 1 раз <input type="checkbox"/> 2 раза <input type="checkbox"/> 3 раза <input type="checkbox"/> 4 раза <input type="checkbox"/> 5 раз и больше	11. Вы раньше бывали в Анталии? <input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> 1 раз <input type="checkbox"/> 2 раза <input type="checkbox"/> 3 раза <input type="checkbox"/> 4 раза <input type="checkbox"/> 5 раз и больше	
12. Вы бы предпочли избегать общения с немцами? <input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет		
13. Есть ли у Вас знакомые немцы? <input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет		
14. Как Вы думаете, у всех немцев похожее поведение? <input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет		

